



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

ANA LUISA PADILHA FIGUEIRA

**O MOVIMENTO #ELENÃO:
ATIVISMO FEMININO NA ERA DIGITAL**

**BRASÍLIA
JUNHO/2019**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

**O MOVIMENTO #ELENÃO:
ATIVISMO FEMININO NA ERA DIGITAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à
Universidade de Brasília, para obtenção do título
de Bacharel em Comunicação Social com
habilitação em Jornalismo.

Prof.^a Orientadora: Dr.^a Kátia Maria Belisário

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**

ANA LUISA PADILHA FIGUEIRA

**O MOVIMENTO #ELENÃO:
ATIVISMO FEMININO NA ERA DIGITAL**

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr.^a Kátia Maria Belisário

Prof^a. Dr.^a Alzimar Rodrigues Ramalho

Prof^a. Dr.^a Rafiza Luziani Varão Ribeiro Carvalho

BS. Anna Caroline Magalhães Reis (suplente)

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Professora Kátia Belisário, que me auxiliou muito durante o processo de desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso. Mesmo com as dificuldades que tivemos, você esteve sempre presente para me orientar quanto à bibliografia, me conduzir e me corrigir quando estive errada. Obrigada por abrir meus horizontes sobre conhecimentos feminista e comunicacionais. Agradeço também aos demais membros e suplente da banca, que aceitaram meu convite para participar da defesa.

Agradeço também aos meus familiares e amigos, sempre presentes quando eu precisei. Principalmente aos meus pais, Luiza e Alcides, que me deram suporte necessário. Estendo meu obrigada ao meu namorado, André, que escutou minhas angústias durante o semestre e às minhas grandes amigas Laura e Tainá, vocês me ajudam a crescer todos os dias.

Por fim, agradeço a todos que me auxiliaram na minha vida acadêmica. Em especial, meu muito obrigada ao corpo docente da Universidade de Brasília (UnB); às autoras e autores que estão citados neste trabalho; aos meus colegas de curso; e às feministas que lutam todos os dias para garantir meus direitos como ser humano e mulher.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo entender as principais reivindicações do movimento #EleNão no Instagram. O período analisado foi de setembro a outubro de 2018 (campanha do candidato Bolsonaro) e janeiro de 2019 (posse do Presidente Jair Bolsonaro). A pergunta que orienta a pesquisa é quais as principais questões levantadas pelas ativistas do perfil #EleNão no Instagram no período analisado: setembro/outubro 2018 e janeiro 2019? O #EleNão surgiu em 2018 a partir da indignação de grupos em relação ao pensamento do então candidato Jair Bolsonaro. A metodologia utilizada consistiu em pesquisa bibliográfica com autores que tratam de redes sociais, movimentos e teorias feministas e política; e análise de conteúdo do perfil @elenaoficialof do Instagram no período especificado. Os posts foram filtrados com as palavras-chave mulher, ativismo e eleições para focalizar melhor nas pautas femininas. Ao comparar os movimentos políticos pós-ditadura ao contexto digital e formas de ativismo político do Brasil de hoje, pude observar significativas mudanças ao longo dos anos. Os resultados da análise do perfil Instagram, apesar do pequeno número de pessoas alcançadas, mostram que as principais pautas das ativistas do movimento durante a campanha e a posse de Jair Bolsonaro. Ela consiste em: luta contra preconceitos de raça, gênero e, sobretudo, misoginia, buscando a união feminina em prol das suas conquistas já alcançada e pelo fim da violência contra a mulher.

Palavras-chave: Feminismos; Redes Sociais; Instagram; Bolsonaro; #EleNão.

ABSTRACT

The present work aims to understand the main claims of the #EleNão (#NotHim) movement on Instagram. The analyzed period was from September to October 2018 (campaign of the candidate Bolsonaro) and January 2019 (inauguration of the President Jair Bolsonaro). The question guiding the research is what were the main questions raised by the activists of the #EleNão profile on Instagram in the analyzed period: September/October 2018 and January 2019? The #EleNão began 2018 from the indignation of groups about the thought of then candidate Jair Bolsonaro. The methodology used consists of bibliographic research with authors who study social media, movements and theories of feminist and politics; and content analysis of the @elenaoficialof Instagram profile in the specified period. By comparing post-dictatorship political movements to the digital context and forms of political activism in Brazil nowadays, I have seen significant changes over the years. The results of the Instagram profile's analysis, despite the small number of people reached, show that the main guidelines of the movement's activists during the campaign on the occasion of Jair Bolsonaro's inauguration consist in: fight against prejudices of race and misogyny, feminine union and the end of the violence against women.

Keywords: Feminisms; Social Media; Instagram; Bolsonaro; #NotHim.

LISTA DE FIGURAS

Fig. 1 – Nuvem de palavras com as palavras-chave do Quadro 1	35
Fig. 2 - Nuvem de palavras com as palavras-chave do mês de setembro	36
Fig. 3 - Postagem que revela o número de mulheres que aderiram à <i>hashtag</i> #EleNão	38
Fig. 4 - Arte oficial do grupo #EleNão no Facebook	39
Fig. 5 - Postagem de Talíria Petrone falando sobre a morte de Marielle Franco	41
Fig. 6 - Nuvem de palavras com as palavras-chave do mês de outubro	42
Fig. 7 - Postagem em que uma mulher seminua carrega um cartaz na manifestação #EleNão	43
Fig. 8 - Postagem em que revela que um milhão de mulheres foram às manifestações do #EleNão	44
Fig. 9 - Postagem que convida minorias a votarem no candidato Fernando Haddad	45
Fig. 10 - Nuvem de palavras com as palavras-chave do mês de janeiro	46
Fig. 11 - Postagem que relaciona a fala da ministra Damares Alves à realidade brasileira	47
Fig. 12 - Postagem que se refere à fala da ministra Damares Alves	48
Fig. 13 - Postagem fazendo homenagem a Marielle Franco	49

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
1. A INTERNET E OS MOVIMENTOS FEMINISTAS.....	4
1.1 Internet e Redes Sociais.....	5
1.2 Feminismo e Ativismo.....	7
1.2.1 Primeira Onda Feminista: Trabalhadoras e Sufragistas (1860).....	7
1.2.2 Segunda Onda Feminista: Feminismo Mais Radical (1960).....	8
1.2.3 Terceira Onda do Feminismo: Feminismo Interseccional (1980).....	10
1.2.4 Pós-Feminismo (1990).....	11
1.2.5 Quarta Onda Feminista: Feminismo Digital.....	12
1.3 Feminismos no Brasil.....	13
2. CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO.....	16
2.1 O Quadro Político Pós-Ditadura.....	16
2.2 A Campanha à Presidência e os Primeiros 100 Dias de Governo Bolsonaro.....	20
2.3 Ativismo Político na Era Bolsonaro.....	23
3. O MOVIMENTO #ELENÃO NO CENÁRIO DO ATIVISMO DIGITAL.....	25
3.1 O Ativismo Político no Meio Digital.....	25
3.2 A Trajetória do Movimento #EleNão.....	27
4. A PESQUISA.....	31
4.1 Pré-Análise.....	32
4.2 Período de Análise.....	32
4.3 Análise Geral.....	34
4.3.1 Análise dos <i>Posts</i> de Setembro/2018 no Instagram @elenaoficialof.....	36
4.3.2 Análise dos <i>Posts</i> de Outubro/2018 no Instagram @elenaoficialof.....	42
4.3.3 Análise dos <i>Posts</i> de Janeiro/2019 no Instagram @elenaoficialof.....	46
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS.....	53
ANEXO I – Questionário inicialmente aplicado no grupo do Facebook #EleNão.....	58
ANEXO II - Quadro com os dados das postagens de setembro/2018 a janeiro/2019 com o filtro “gênero”.....	61
ANEXO III – Quadro com dados das postagens de setembro a outubro/2018 e janeiro/2019 com o filtro “mulheres, ativismo e eleições”.....	74
ANEXO IV – Imagens analisadas dentro do perfil @elenaoficialof.....	78
A) Setembro/2018.....	78
B) Outubro/2018.....	79
C) Janeiro/2019.....	80

INTRODUÇÃO

O ativismo político é parte da democracia e as manifestações políticas, por meio de protestos e greves, costumam tomar as ruas dos países ditos democráticos.

Sabe-se hoje que o Brasil é um dos países mais desiguais e violentos do mundo. O Estado possui fortes bases cristãs, e tradicionais e o preconceito contra atitudes progressistas é realidade. Neste contexto, minorias e excluídos das políticas públicas têm reivindicado seus espaços de luta para, pelo menos, se tornarem visíveis.

De acordo com o levantamento da Organização das Nações Unidas (ONU, 2016), o nosso país é ainda o quinto mais violento do mundo para as mulheres e o lugar onde mais se mata homossexuais e transexuais. Belisário e Mendes (2019) destacam que no Brasil “uma mulher é assassinada a cada duas horas e foram 4.657 homicídios de mulheres, ou feminicídios em 2016, segundo o Instituto Patrícia Galvão, com base no Anuário de Segurança Pública (2017)” (BELISÁRIO; MENDES, 2019, p. 41). Além disso, a porcentagem de mortes de pessoas negras é muito maior que brancas (CERQUEIRA, 2018). Nesse cenário, Jair Messias Bolsonaro apareceu, em 2018, como candidato à Presidência do Brasil e o grande “salvador da pátria”. Suas propostas incluíam, dentre outras, a flexibilização da posse de armas; o fim da corrupção, que criou um forte clima antipetista; e um preconceito generalizado contra mulheres, negros e LGBTs.

Bolsonaro apresentou, durante toda a sua campanha, um discurso autoritário, homofóbico e misógino incitando sempre a violência. Opositoras ao candidato criaram, então, um grupo no Facebook chamado “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, que visa unir pessoas com o mesmo ponto de vista.

Em setembro de 2018, o grupo já tinha mais de dois milhões de participantes. A partir de então, milhões de brasileiras e brasileiros se mobilizaram na Internet e foram às ruas protestar em várias cidades do país contra a eleição do candidato, mesmo antes do primeiro turno das eleições. As manifestações contra a eleição de Bolsonaro em 2018 ficaram conhecidas como #EleNão.

O movimento #EleNão teve início a partir do *hackeamento* do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, em 2018, e cresceu ao longo dos dois turnos da campanha do então candidato. A maioria dos participantes do movimento é do gênero feminino, vindas do grupo citado. Apesar de grande comoção, a manifestação não surtiu o efeito desejado e Bolsonaro foi eleito.

O objetivo do presente trabalho é entender as principais reivindicações do movimento #EleNão no perfil do Instagram @elenaoficialof. Como objetivos específicos pretende-se: 1) Analisar pautas de participantes do #EleNão na rede social Instagram no período compreendido entre setembro a outubro de 2018, período eleitoral, e ainda janeiro de 2019, data da posse; 2)

Analisar o conteúdo divulgado por aqueles que apoiavam o movimento; 3) Identificar as principais demandas, protestos e reivindicações feministas do período.

Procura-se, com a pesquisa, responder às seguintes questões: quais os principais questionamentos levantados pelas ativistas do #EleNão no perfil do Instagram no período compreendido entre setembro a outubro de 2018 (eleição) e janeiro de 2019 (posse)? Quais as pautas feministas?

A hipótese é que as questões e demandas feministas levantadas no perfil analisado, no período escolhido, abordam: respeito às mulheres; direito ao salário igual entre homens e mulheres; fim da violência contra a mulher, sobretudo a negra; e contra o posicionamento misógino do atual presidente.

A justificativa da pesquisa é que, academicamente, acredita-se que este seja um tema muito relevante atualmente em função do aumento do uso das redes sociais e o crescimento dos partidos de extrema-direita em vários países. Acredita-se que, ao realizar o trabalho, possa contribuir de alguma forma, a quebrar algumas barreiras que ainda existem em relação aos movimentos feministas e ativismos de esquerda.

Como estudante de Jornalismo, este trabalho é uma forma de prestigiar e divulgar o movimento #EleNão. Trata-se também de uma forma de protesto à toda intolerância que assola o país e, que brancos da classe média, às vezes reproduzem sem pensar. Vários grupos de minorias foram contemplados no estudo também, pois é importante analisar com base na realidade do país, que é muito diverso.

A metodologia consiste em uma pesquisa bibliográfica com autores que tratam de política, gênero, Internet e comunicação. A pesquisa bibliográfica é, segundo Stumpf (2005), a primeira etapa da pesquisa, pois permite conhecer os trabalhos já realizados, além de fornecer grande base teórica.

Também foi feita análise de conteúdo do perfil @elenaoficialof na rede social Instagram no período de setembro a outubro de 2018 e janeiro de 2019. A análise de conteúdo é, de acordo com Bardin (1977), um processo de análise de informações que permite fazer inferências sobre o emissor de um conteúdo. Foram analisadas as publicações das manifestantes, que foram produzidas no período especificado com base nas reivindicações femininas.

Este estudo se divide em quatro capítulos. No primeiro capítulo, há uma revisão teórica sobre a Internet e a importância das redes sociais, além de apresentar, do ponto de vista histórico, as principais ondas feministas e o ativismo feminista nas redes.

No segundo capítulo, faz-se uma recapitulação histórica da política recente do Brasil pós-ditadura. Discorreu-se sobre os principais presidentes do Brasil após a conquista do direito a voto

e eleições diretas, em 1989. Contextualiza-se sobre a candidatura Bolsonaro, sua a conturbada eleição do candidato, suas declarações e polêmicas decisões, até o atual momento do seu governo.

O terceiro capítulo é dedicado à história do movimento #EleNão, o seu desenvolvimento e dos ativismos políticos no meio digital, sobretudo no Instagram. Já, no quarto capítulo foi apresentada a pesquisa propriamente dita. Foram apresentadas as postagens analisadas e é feita a análise de conteúdo.

Nos resultados apresentados, o foco foi dado aos conteúdos de reivindicação feminista, mostrando que a união das mulheres e o fim dos preconceitos são as pautas mais presentes dentro do movimento para o perfil analisado.

1. A INTERNET E OS MOVIMENTOS FEMINISTAS

De acordo com Yamaoka (2006, p. 146), "a evolução da tecnologia da informação foi impulsionada por interesses militares no século passado", devido ao desejo de comunicação entre bases militares dos Estados Unidos. A Internet surgiu com o nome de ARPAnet (*Advanced Research Projects Agency Network*) durante a guerra fria e teve seu acesso restrito a universidades e centros de pesquisa. Foi-se, a partir de então, criando uma rede de computadores para facilitar a comunicação à distância. Nos anos 1970, surgiu o conceito de "redes de redes", que ligavam redes diferentes. Em 1990, o acesso à Internet foi liberado aos cidadãos americanos. (CASTELLS, 2003). No Brasil, seu uso foi aberto aos cidadãos em 1995 (CALAZANS; LIMA, 2013).

No primeiro momento, a *web 1.0* surgiu com a transposição de conteúdos produzidos por elites políticas para o meio *online* (CERVI; MASSUCHIN, 2016). Keen (2012) divide a internet em duas fases. A *web 2.0* aconteceu quando surgiram os *blogs* e a interatividade na rede começou a se tornar usual. Já no período da *web 3.0*, a Internet reconhece as preferências do usuário, como no Google, em que as pesquisas são personalizadas de acordo com buscas anteriores.

Hoje, a Internet representa uma nova forma de a sociedade se organizar (CALAZANS; LIMA, 2013), pois é um modo de facilitar a comunicação e o acesso das pessoas a informação. Entretanto, a facilidade de buscar informações pode gerar uma sobrecarga informacional (YAMAOKA, 2006). Funciona como uma potencializadora e oferece muitos benefícios. No entanto, algumas das suas características ainda geram consequências incertas e prejudiciais à sociedade. O meio digital reduz distâncias geográficas e também funciona como um repositório de informações, sendo útil para quando o usuário busca por algo específico rapidamente. Os teóricos das redes virtuais ainda estudam os benefícios potenciais que elas podem nos oferecer.

Keen (2012) é um crítico do meio digital, pois ele acredita que em vez de nos aproximarmos, ela faz com que nos distanciemos. Outro argumento dos críticos da Internet é o acúmulo de informações que há em rede (YAMAOKA, 2006), nos tornando reféns de um filtro, que num primeiro momento era o filtro do jornalismo. Hoje, com a possibilidade de criação de conteúdo mais facilitada para todas as pessoas, o jornalismo tem perdido sua credibilidade e os usuários da Internet passaram a utilizar seu próprio filtro.

Neste cenário, têm surgido as chamadas *fake news*. A invenção de informações falsas como se fossem verdadeiras não é um problema recente. Entretanto, com a Internet esse compartilhamento se potencializou. O termo pode ser definido como "os textos que são

intencionalmente falsos e verificáveis como falsos, e que são criados para enganar leitores” (FERREIRA, 2018, p.141).

As *fake news* são um problema global. De acordo com Shao, (2017) elas podem influenciar eleições e ameaçar democracias. Isso devido ao seu poder de manipular as pessoas, pois são moldadas para parecerem confiáveis, além de serem compartilhadas – geralmente – por pessoas próximas.

1.1 Internet e Redes Sociais

As redes sociais se popularizaram nos anos 2000 com a *web 3.0*. Com as redes, surgiram questionamentos. Alguns afirmam que elas trazem benefícios e outros têm dúvidas quanto a isso. Porém é unânime que elas facilitam o acesso a informações e o contato entre as pessoas.

Castells (2003) afirma que as redes reinventaram as relações em sociedade e que qualquer um pode criar ou retirar algo da rede com muito mais facilidade a partir das RSD (redes sociais digitais). Há na rede, uma sensação de coletividade e de maior proximidade, mesmo que a pessoa esteja afastada geograficamente (MENDES, 2015).

Segundo Barros (2016), a extensão do alcance dos discursos é potencializada na internet. O uso de *hashtags* (#) é uma forma de unir discursos semelhantes, que antes estavam dispersos pelas redes, o que possibilita que as pessoas com pensamentos semelhantes se conectem. As *hashtags* também podem ser utilizadas para chamar a atenção para assuntos importantes ou que estão sendo comentados no momento.

Um dos principais diferenciais das redes sociais em relação à mídia tradicional é a interação. Essa característica faz com que os produtores de conteúdo *online* estejam sempre à procura de gerar o máximo de interações positivas possível. A esse aspecto Jenkins, Ford e Green (2015) dão o nome de “aderência”. Surge assim o conceito de engajamento, que é uma forma de medir a aderência do público, sua interação e fidelidade com uma página ou perfil em uma mídia específica através de número de seguidores, curtidas, comentários, visualizações ou compartilhamento de uma postagem. Além disso, os conteúdos estão em constante edição pela participação dos internautas.

Um dos problemas da internet é, no entanto, o anonimato na rede, que possibilita discursos exacerbados que não seriam feitos pessoalmente. Dessa forma, surge uma onda de *haters*. Segundo o dicionário de Cambridge, *hater* é “uma pessoa que diz ou escreve coisas desagradáveis sobre alguém ou critica suas conquistas, especialmente na internet”¹ (tradução nossa). E, do mesmo modo

¹ <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/hater>

que os discursos positivos são potencializados, os negativos também são. Então os danos na rede são tão graves quanto os benefícios que pode proporcionar.

As redes sociais facilitaram o contato entre as pessoas e conteúdos de interesse, mas elas também criaram uma superexposição voluntário dos usuários (KEEN, 2012). É comum postarmos os momentos agradáveis do nosso dia nas redes, mas isso pode acarretar em problemas, como o vazamento de fotos íntimas, informações pessoais e confidenciais. Dentre as mais usadas estão o Instagram, Twitter, Facebook e Whatsapp.

O Instagram é uma das redes sociais mais populares hoje em dia entre os jovens. Ele permite postagem, curtidas, comentários e compartilhamentos de fotos e imagens, além da função *stories* em que você compartilha uma foto para seus seguidores e após 24h, o sistema a apaga. Também existem as mensagens diretas, em que o usuário pode conversar e enviar fotos para uma ou mais pessoas.

O Twitter foi criado em 2006 e funciona como uma mídia que permite a postagem de mensagens curtas. Geralmente as pessoas seguem amigos, contas de famosos ou de humor. As funções são: tuitar ou postar, retuitar ou compartilhar, curtir e comentar. O Twitter por ter mensagens menores é uma mídia mais dinâmica, e permite acompanhar eventos em tempo ágil.

A terceira mídia, popular no mundo todo, é o Facebook. A rede foi fundada por Mark Zuckerberg em 2004 (MENDES, 2015) para reunir colegas e amigos. Ela é uma rede mais complexa, funcionando como uma junção das outras. Nela, além da postagem de fotos e mensagens, o usuário pode criar grupos e páginas para reunir pessoas com determinados gostos ou pensamentos.

E, por último, o *WhatsApp*, que é um aplicativo de mensagens. Ele permite que o usuário mande mensagens em texto ou em áudio, compartilhe imagens e vídeos, entre outros, diretamente a alguém ou crie grupos com seus contatos. O *WhatsApp* tem uma tecnologia criptografada, que torna quase impossível o rastreamento das mensagens.

Keen (2012) acredita que as novas tecnologias sociais foram programadas para seduzir e coagir. Com o poder de disseminar informações mais facilmente, os indivíduos conseguem falar de qualquer assunto de forma a convencer várias pessoas, pois esse conteúdo alcança facilmente todas elas. No cotidiano, poucas irão se preocupar em checar se os fatos são verídicos ou não e, se a informação se adequar ao viés ideológico da pessoa, ela poderá compartilhar a mensagem – crendo nela ou não.

Segundo Guedes (2017), as pessoas passaram a se informar mais pelas redes sociais nos últimos anos, pois elas permitem a personalização de informações. Isso se deve ao algoritmo utilizado pelas mídias virtuais, que tende a mostrar conteúdos que se relacionam com a atividade

recente do usuário. Dessa forma, se a pessoa curte mais publicações de uma página que de outra, a primeira aparecerá mais no *feed* de notícias – tela inicial da rede.

Assim surgiu o “efeito bolha”, que reduz o acesso a conteúdos diversificados (GUEDES, 2017). Hoje as pessoas só tem acesso - ou tem mais acesso - aos conteúdos que mais aparecem em seu círculo social e pouco contato direto com ideologias contrárias às suas. Este é um problema atual no mundo, porque os usuários de redes sociais – principalmente o Facebook – podem ficar alheios a informações que venham a ser úteis, mas pelas redes sociais não chegam até eles.

1.2 Feminismo e Ativismo

Por definição, o feminismo é um movimento político e social com caráter emancipatório, que luta pelos direitos das mulheres tais como votar, trabalhar, estudar, ter igualdade salarial, entre outros (STIVAL; MARTINS, 2016, p. 99). Ele é comumente dividido em ondas, de acordo com o contexto histórico e social da época. Essa divisão pode ser considerada arbitrária, pois não abrange todos os locais e todas as mulheres, mas facilita a compreensão do feminismo como um todo (HEMMINGS, 2009).

A arbitrariedade no movimento também cabe ao termo, que é usado geralmente para se referir ao feminismo hegemônico, que diz respeito à generalização da mulher. Aqui, adotarei o conceito de feminismos, como um movimento que possui vertentes, que abarcam questões diferentes em cada uma. Ao longo do capítulo, detalharei melhor cada corrente.

1.2.1 Primeira Onda Feminista: Trabalhadoras e Sufragistas (1860)

As mulheres sempre ocuparam o espaço privado e muitas delas eram submetidas primeiro aos pais e depois aos maridos, devendo-lhes obediência. Os trabalhos que tinham eram relativos aos serviços domésticos ou aos cuidados com a família, enquanto aos homens era permitido o espaço público e o político. Dessa forma, até o século XIX, existia um forte pensamento relacionado ao papel de gênero, em que era determinado às mulheres comportamentos diferentes daqueles permitidos aos homens.

Neste contexto, da Europa do final do século XIX, o feminismo surge como um movimento social organizado. A primeira onda começa com a demanda pela participação política das mulheres no feminismo liberal (MARCELINO, 2018). Pinto (2003), afirma que um dos motivos para a proibição do voto feminino era que se acreditava na ocasião que a pessoa dependente financeiramente não tinha condições de formar uma opinião política. E, dessa forma, como as mulheres na época ainda lutavam por direitos trabalhistas, elas não poderiam ter esse direito.

Na época, ainda imperava o pensamento de que as mulheres eram mais fracas, porém existiam aqueles que acreditavam que elas eram superiores aos homens na questão moral (PATEMAN, 1996). Começou-se a argumentar, então, que a participação delas na política, poderia gerar um Estado mais democrático.

Dessa forma, em 1867, elas alcançaram o direito ao voto. As mulheres brancas começaram a poder deixar o espaço do lar e atuar diretamente como indivíduos na sociedade. As feministas que lutaram por este direito ficaram conhecidas como *suffragettes*, sufragistas em português.

Emily Davison (1872-1913) foi uma das sufragistas mais conhecidas. Era integrante da *Women's Social and Political Union (WSPU)* - União Social e Política das Mulheres - e foi presa várias vezes por lutar pelos direitos das mulheres de uma forma mais radical, às vezes sem aprovação da WSPU. Sufragista em tempo integral, ela se tornou mártir após ser morta pelo cavalo do rei, quando protestava pelos direitos políticos das mulheres².

Na primeira onda, as mulheres conquistaram além do voto e da abolição da escravidão, direitos trabalhistas e de se educarem (DAVIS, 2016). Redução da jornada de trabalho, salários maiores e melhores condições de trabalho foram conquistadas da época (MARCELINO, 2018). Uma das primeiras vertentes do feminismo foi a liberal (MARCELINO, 2018). Era uma corrente em que o foco estava nas mulheres de classe média e alta que desejavam a ampliação dos direitos presentes na “Carta de Declaração dos Direitos do Homem”. Elas acreditavam que deveria ser conferido às mulheres os mesmos direitos que os homens possuíam (DAVIS, 2016, p. 69).

Em crítica, Pateman (1996) afirma que o liberalismo é um sistema patriarcal, por não levar em conta a separação do espaço público e do espaço privado e as mulheres da época estavam preocupadas em lutar somente no exterior do seu lar. A luta não se estendia também ao interior. Para a sociedade, elas eram consideradas indivíduos, mas dentro de casa, elas ainda estavam submetidas aos seus maridos, devido às suas condições biológicas de procriadoras.

O feminismo socialista também surgiu nesta época. Ele acreditava que “a opressão sentida pela mulher trabalhadora é diferente da mulher burguesa” (MARCELINO, 2018, *online*), uma vez que a burguesa era proprietária de terras e a trabalhadora precisava se sujeitar às péssimas condições existentes nas fábricas para se sustentar.

1.2.2 Segunda Onda Feminista: Feminismo Mais Radical (1960)

A luta pelo voto obteve resultados, porém muitas mulheres ainda eram submissas e estavam sujeitas ao ambiente doméstico. Beauvoir (2014) afirma que o direito ao voto não é suficiente para

² <https://www.theguardian.com/society/2013/may/26/emily-davison-suffragette-death-derby-1913>

libertar a mulher. Segundo Pinto (2003), esta foi uma fase menos comportada do feminismo, pois as mulheres tentavam derrubar padrões da sociedade relativos ao interesse dos homens de deixarem as mulheres longe do mundo público.

No início dos anos 60, o debate começou a se aprofundar em relação à sexualidade da mulher e a seus direitos reprodutivos. A segunda onda teve origem com questionamentos acerca de concursos de beleza e o pensamento de que a mulher era um objeto e que sua capacidade intelectual era menos importante que sua aparência física. Um dos maiores marcos da segunda onda foi a reflexão sobre a origem da opressão feminina: a sociedade patriarcal.

A segunda onda se caracteriza como um período de grande questionamento sobre a independência do corpo da mulher. O sexo feminino foi sempre tratado como inferior e cheio de fragilidades. Beauvoir (1949) argumenta que “em certos casos o processo é evidente. É impressionante, por exemplo, que o código romano, a fim de restringir os direitos das mulheres, invoque a ‘imbecilidade, a fragilidade do sexo’” (BEAUVOIR, 1949, p. 19). Na sua obra mais famosa, “Segundo Sexo”, Beauvoir (2014) questiona também o casamento, afirmando que é uma forma de opressão feminina, pois a esposa tem o dever de obedecer ao homem.

Como forma de protestar contra os padrões impostos às mulheres na década de 60, centenas de feministas se reuniram para o evento da “queima de sutiãs”. O protesto se tornou símbolo porque as mulheres ali presentes jogaram fora objetos considerados de uso feminino como salto altos, batom e sutiãs.

Com os contraceptivos como a pílula anticoncepcional, as mulheres passaram a ter mais controle sobre sua sexualidade. Elas passaram também a poder estudar e trabalhar com mais facilidade. As universidades começaram a abrir suas portas também às estudantes e assim elas puderam conquistar mais um direito.

Ainda nesta época, o aborto se tornou tema de muitos debates. Sob o ponto de vista cristão, era pecado e deveria ser considerado crime. Entretanto, o aborto legalizado à todas as mulheres seria uma forma de emancipação feminina, visto que elas teriam mais controle sobre seu corpo de forma mais segura (BEAUVOIR, 2014). Em 1970, o aborto passou a ser legal nos Estados Unidos (DAVIS, 2016), tendo em vista que o indivíduo - no caso, a mulher -, deve ter liberdade para tomar suas escolhas. Porém em alguns países como o Brasil, o tema ainda é tratado com o viés religioso.

Neste contexto também surge o termo sororidade³, muito utilizado até hoje. As mulheres começaram a perceber que sua força somada era muito maior que sua força individual. Dessa forma,

³ https://oglobo.globo.com/celina/feminismo-guia-do-que-voce-precisa-saber-para-nao-se-perder-em-conversas-sobre-tema-23482540?utm_source=Facebook&utm_medium=Social&utm_campaign=O+Globo

lutaram contra o estigma de que só há rivalidade entre as mulheres e passaram a fazer uma corrente de apoio e luta conjunta.

Na mídia tradicional e no pensamento conservador, as mulheres eram tidas como exemplo de beleza e deveriam se comportar de acordo com um certo padrão. As ativistas, como forma de lutar contra os estereótipos impostos, se apropriaram deles - o que continua até hoje, quando as mulheres se identificam como *vadias* em manifestações (MENDES, 2015). Dessa forma, a onda foi marcada por muita ironia, para a defesa da liberdade de escolha individual das mulheres (FRANCHINI, 2018).

O feminismo radical é uma corrente feminista que determina o patriarcado como raiz de toda a desigualdade social já existente. Dessa forma, deveríamos rejeitar as instituições formais, por terem sido feitas por homens (SILVA, 2008).

1.2.3 Terceira Onda do Feminismo: Feminismo Interseccional (1980)

Nos anos 1980, a reflexão foi se aprofundando. A categoria “mulher” já não era suficiente para o contexto. Assim, surgiu o conceito de gênero como uma construção sociocultural (GOMES, 2010). A ideia de interseccionalidade e de união entre as lutas foi ficando cada vez mais forte. Até então, “a mulher” era considerada como uma categoria homogênea.

Na terceira onda, começou-se a pensar de forma mais global, com a preocupação de incluir mais mulheres e individualizá-las. Saffioti (2004), no livro “Gênero, Patriarcado, Violência”, mostra a importância de refletir sobre o domínio masculino, o patriarcado, a violência e o processo de culpabilização das mulheres nas suas relações com os homens.

O patriarcado, que é um sistema social em que os homens detêm o poder, predominam em papéis de liderança política, autoridade moral, privilégio social, controle de propriedade e no domínio de suas esposas e crianças por meio da autoridade que conquistaram apenas pelo fato de serem "homens" (STIVAL; MARTINS, 2016, p. 101). Ele, por sua vez, reduz as mulheres à sua função reprodutora e as mulheres passaram a questionar acerca das formas de submissão da mulher como o casamento, a reprodução e a prostituição.

Esta onda foi marcada por muita desconstrução e questionamento dos movimentos anteriores. Colocou-se em choque até mesmo a ideia de união (sororidade), que podia ser vista como uma forma de se anular as características individuais de cada participante do movimento.

O debate sobre a sexualidade continua. Butler (2011) afirma que a heterossexualidade é uma forma de opressão para mulheres - heterossexuais ou lésbicas -, e para homens homossexuais. Ela ainda afirma que nenhuma mulher é só “mulher”, pois há interseção entre gênero, raça, classe,

entre outros. Dessa forma generalizar usando apenas o termo mulher sem caracterizá-la seria errado.

Nesta época, surgem várias novas vertentes para o feminismo. Começa-se a pensar o feminismo não mais como uma forma de homogeneizar as mulheres, mas sim de tratá-las em suas individualidades, com seus problemas próprios.

Hooks (2000), por exemplo, critica a forma como o feminismo tende a generalizar a opressão das mulheres. Em seu livro, ela afirma que as mulheres sofrem com sexismo, mas ele age de formas diferentes, dependendo da classe e da raça da mulher. Ela ainda diz que mesmo feminista, uma mulher pode ser opressora em relação à outra.

O feminismo interseccional aborda de forma mais completa as opressões vividas pelas mulheres. Esta vertente afirma que existe uma convergência entre gênero, raça e classe (BIROLI; MIGUEL, 2015). Ele é uma junção do feminismo socialista da segunda onda e do feminismo negro. Esta corrente abrange melhor as opressões geradas pelo sistema em que vivemos. Ela acredita que mulheres de diferentes raças estão inseridas em contextos diferentes e sofrem de maneiras diferentes, formando uma “pirâmide na qual a base é formada por mulheres negras, com o posicionamento e sequência de homens negros, mulheres brancas e, por fim, no topo, homens brancos” (BIROLI; MIGUEL, 2015a, p. 42).

O feminismo identitário é semelhante ao interseccional, porém adiciona algumas características como identidade de gênero. Ele abarca além de negras e pobres, as mulheres que se encaixam na sigla LBT+ - lésbicas, bissexuais, transgênero e queer⁴. Aqui surge o termo *transversalismo*, que conversa com as teorias citadas e acrescenta idade, religião e nacionalidade como formas de individualizar as mulheres. O objetivo era possuir uma perspectiva global da opressão, incluindo negras, latinas, subalternas e homossexuais no debate (STIVAL; MARTINS, 2016).

1.2.4 Pós-Feminismo (1990)

Na década de 1990 o consumismo imperava nos Estados Unidos e no mundo. Neste contexto, a pessoa com mais bens materiais e recursos monetários tende a ser a mais valorizada. As causas feministas, já eram bastante debatidas, mas a ideia de empoderamento feminino⁵ ligada à poder econômico e bens materiais ficou mais comum. Segundo McRobbie (2006) passou-se então

⁴ Transgênero é aquela pessoa que nasceu com um sexo biológico, mas não se identifica com ele. Queer é uma pessoa que não se encaixa no sistema binário de gênero. Para mais informações, acesse o site <http://desacato.info/lgbt-lgbti-lgbtq-ou-o-que/>

⁵ Em poucas palavras, o feminismo acredita que uma mulher empoderada é aquela que sabe lutar contra a opressão da sociedade machista e está quase no mesmo patamar que o homem, pois adquiriu poder.

a divulgar o pensamento de que uma mulher que consumia mais era uma mulher empoderada (MCROBBIE, 2006).

Assim, a mídia tradicional produziu um discurso no qual as protagonistas eram garotas consumistas, com carreiras muito bem-sucedidas e muito dinheiro. Isso foi especialmente mostrado em filmes como o “Diário de Bridget Jones”, “O Diabo Veste Prada” e essas mulheres eram o novo exemplo de mulher a ser seguido. Toda a “propaganda feminina” girava em torno de produtos de beleza, vestimenta, acessórios mantendo ainda os resquícios de machismo. As “mulheres empoderadas” ainda possuíam o ideal romântico de encontrar o homem perfeito e casar, seguindo ainda o pensamento de que o destino da mulher é o casamento e a maternidade.

Surge assim um período de crítica e negação do feminismo, do retrocesso. As conquistas das ondas anteriores, embora ainda presentes, foram esquecidas e até superadas. Neste período aconteceu o que as teóricas definem como *backlash* (retrocesso), uma resposta conservadora às conquistas feministas de outras décadas. O pós-feminismo caracteriza-se pelo ceticismo em relação ao movimento feminista (MCROBBIE, 2006).

O conceito do termo feminismo ainda é muito amplo, o que dificulta o entendimento dos leigos e pode haver uma generalização. Segundo Hooks (2000), Carmen Vasquez já discutia sobre o assunto e afirmava que nem as próprias feministas entravam num consenso sobre ser feminista. Além disso a autora também cita que as mulheres desejando serem protagonistas do movimento, muitas vezes, excluem os homens dele, mesmo este sendo uma revolução com benefícios para os dois gêneros.

Uma das críticas recorrentes ao movimento feminista é de que ele é radical e exige se sobrepor aos homens - não se igualar a eles. Há, então, a falsa ideia de que o feminismo está ultrapassado, porque as mulheres já conquistaram vários direitos - como ganhar salários e votar -, mas os críticos do pós-feminismo ignoram é que há muito a ser conquistado ainda, em todo mundo, como o direito ao aborto, casamento entre homossexuais, fim do casamento precoce de meninas, entre outras pautas atuais.

1.2.5 Quarta Onda Feminista: Feminismo Digital

Algumas teóricas acreditam que vivemos hoje numa quarta onda devido às redes sociais. O meio virtual proporcionou um novo espaço para a transmissão das ideias feministas e para a discussão. Além disso, a internet também possibilitou a união de discursos semelhantes que antes estavam dispersos (FRANCHINI, 2018).

Os atuais movimentos sociais, tanto no Brasil como no mundo, foram organizados e divulgados pelas mídias sociais, podendo ou não extrapolar as telas para possíveis protestos. De

acordo com Castells (2017), as redes sociais fornecem um sentimento de empoderamento quando o indivíduo vê a possibilidade de se manifestar.

A luta feminista nesta quarta onda é muito questionada, e é muitas vezes vista como radical. Com a internet, a facilidade da manipulação de fatos é possível e as informações podem ser distorcidas. Os críticos afirmam ainda que há uma ideia de superioridade feminina no movimento, entretanto o feminismo, que sempre foi visto sob olhares preconceituosos, na rede têm sua crítica potencializada. Nem sempre quem segue determinada página feminista realmente pertence ao grupo e comentários machistas tem mais possibilidade de aparecer devido ao anonimato na rede.

Com o pós-feminismo, a luta feminista perdeu um pouco da sua força. Entretanto, as redes sociais funcionam como uma forma de atrair mais mulheres ao movimento (MENDES, 2015). Também nesta época surge o feminismo “pop” ou midiático. Com o apoio de artistas da cultura popular, o movimento ficou mais conhecido e fácil de se identificar, conquistando cada vez mais jovens e, conseqüentemente, as redes. Entretanto, os artistas também recebem críticas, porque não há como saber se eles acreditam mesmo no movimento, ou só fingem acreditar para atrair público.

Como a luta por direitos femininos ainda está presente em muitas reivindicações atuais. O *slogan* “o pessoal é o político” (PATEMAN, 1996), por exemplo, ainda poderia ser o tema dessa época, pois enfrentamos hoje no país uma onda de violência de gênero muito forte e a maioria dos casos ocorre dentro da família ou de casamentos.

Mesmo tendo conquistado vários direitos, as pautas feministas atuais são mais especificamente da esfera privada, mas só serão resolvidas se houver ação política. A legalização do aborto, a redução da violência doméstica e a liberdade sexual são as principais demandas da atualidade em relação às mulheres.

1.3 Feminismos no Brasil

O Brasil ainda possui um conservadorismo institucional extremamente forte, que acaba por gerar a violência de gênero. As mulheres até hoje sofrem assédio em locais públicos ou de trabalho, além de serem grande parte das vítimas de violência doméstica (CARVALHO; MARTINS, 2016). O machismo, enraizado na sociedade, faz com que, comumente na mídia, a mulher seja tratada como objeto e na política, ela não possui tanta voz.

A luta feminista no país demorou um pouco mais do que na Europa e nos Estados Unidos para ter efeitos. As brasileiras conquistam o direito ao voto apenas em 1934, apesar de os homens já votarem desde 1891. Entretanto, a reivindicação do movimento é anterior a esta conquista. De acordo com Pinto (2003), desde 1910 a fundação do Partido Republicano Feminino (PRF) já lutava pelos direitos políticos das mulheres de forma organizada.

Num segundo momento, já marcado pela ditadura no país, a partir de 1964, as classes médias passaram a se manifestar mais ativamente. Porém, as mulheres ainda não se consideravam feministas, apenas mulheres lutando por melhores condições de vida. Começaram a surgir nesse período grupos para refletir sobre questões femininas e os questionamentos que vinham do exterior eram aliados à luta pelos direitos humanos, visto que o período foi marcado pela censura ideológica e tortura. No Brasil, a luta do feminismo esteve aliada à luta pela democracia, diferentemente de outros países, em que o objetivo era ampliar os direitos para as mulheres, aqui a luta se aliou à demanda pelo fim da ditadura e para não perderem mais direitos.

Com a volta da democracia, a Constituição de 1988 já previa direitos iguais para ambos os sexos (art. 5º, inciso I). Entretanto, na prática, não funcionava da mesma forma. No cenário legislativo, elas eram praticamente ausentes. O Conselho Nacional dos Direitos da Mulher foi criado em 1985 como uma forma de continuarem lutando pelos seus direitos. Porém, apenas a deputada Moema San Tiago era a única assumidamente feminista.

Em 1990, houve um esfriamento do movimento no Brasil com o pós-feminismo, pois muitos o consideravam como radical e viam que os direitos que deveriam ser conquistados para as mulheres já tinham sido alcançados, como o voto e o direito ao estudo e trabalho. Em 2010, a primeira presidenta mulher foi eleita no país, mas o preconceito era tão arraigado que era comum a população fazer chacota da mesma pela sua aparência (BELISÁRIO, 2016).

Em outras nações, as mulheres lutam por salários iguais. No Brasil, para não retrocederem em suas conquistas. Segundo a ONU Mulheres, o salário dos homens é 30% superior ao das mulheres, além de ser o sétimo do mundo em taxas de feminicídio⁶ (BELISÁRIO, 2016). Entre as conquistas do movimento feminista no Brasil, há a Lei Maria da Penha (11.340/2006) - contra violência doméstica - e Lei do Feminicídio (13.104/2015) - que torna agravante um homicídio de uma mulher, motivado por questões referentes ao gênero. Ambas as conquistas foram no período em que o governo era do Partido dos Trabalhadores, 2006 e 2015, respectivamente. Dilma Rousseff, a primeira presidenta do país também sancionou leis que consideravam crimes sobre pornografia de vingança na rede, a Lei Carolina Dieckmann.

Porém temas relativos à liberdade sexual das mulheres continuam sendo tabus. O aborto é o maior deles. Algumas brasileiras encontram no aborto a única solução para não ter filhos, seja por não terem acesso a contraceptivos ou por desconhecimento dos métodos. Segundo Barsted (1992, p. 105), "as maiores vítimas de sequelas de abortamentos clandestinos são as mulheres

⁶ Feminicídio é o homicídio gerado pela violência de gênero, em que um conhecido da mulher comete o crime motivado por ciúmes ou sentimento de posse em relação à vítima (DOSSIÊ DA VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER, 2015).

pobres”. Isso ocorre porque as mulheres ricas não têm acesso ao aborto legal, mas têm dinheiro para pagarem bons médicos. Um dos principais motivos para ser proibido no Brasil é a base cristã. Porém o problema deve ser considerado como saúde pública (BARSTED, 1992).

No Brasil, o pensamento pós-feminista é disseminado. As redes sociais e os símbolos ativistas têm contribuído para a percepção de falta de direitos às mulheres. O assassinato da vereadora Marielle Franco em 2018 mostrou que o feminismo no Brasil não está ultrapassado. Marielle era símbolo da luta feminista interseccional, além de criticar os abusos de autoridade policial. Seu assassinato foi considerado de viés ideológico pelos ativistas de esquerda e seu nome se transformou em referência para muitas feministas. A comoção da população em torno do crime representou “sinais de que a violência contra a mulher está deixando de ser naturalizada” (CERQUEIRA, 2018, p. 44).

2. CENÁRIO POLÍTICO BRASILEIRO

2.1 O Quadro Político Pós-Ditadura

O golpe de 1964, que instaurou o regime militar no Brasil, teve início, segundo Lara e Silva (2016), a partir da resistência aos avanços sociais, propostos pelo então presidente João Goulart, por parte de militares. Para os autores, a população civil mais conservadora e as Igrejas tradicionais apoiaram a iniciativa dos militares. Todo tipo de manifestação popular era totalmente reprimido neste momento.

O período ditatorial brasileiro, marcado por censura à imprensa, tortura e eleições indiretas para presidente, durou 21 anos, de 1964 até 1985. O último Presidente militar do Brasil foi João Baptista Figueiredo, que governou 1979 a 1985. Em 1983, os brasileiros, estavam insatisfeitos com a impossibilidade de escolherem seu próprio presidente e o deputado Dante de Oliveira apresentou uma emenda constitucional propondo eleições diretas para presidente em 1985.

A emenda de Dante de Oliveira deu origem ao movimento “Diretas Já”, que aconteceu naquele ano no Brasil para retomar as eleições diretas para o cargo de presidente da nação. Milhões de brasileiros, em várias cidades foram às ruas, fizeram propaganda do movimento “Diretas Já” em comícios, em passeatas e na televisão. Apesar da grande comoção nacional, a emenda não foi aprovada.

O próximo candidato à presidência do país, Tancredo Neves (PSD/MG), foi indicado através de articulação de governadores. Neves deveria assumir a presidência em 1985, porém ele morreu de complicações cirúrgicas, antes mesmo de tomar posse, assumindo o vice-presidente José Sarney (PMDB/AP). Sarney foi responsável pelo Plano Cruzado. Entre as medidas de mais destaque esteve o reajuste de salários sempre que a inflação atingisse mais de 20%.

Os brasileiros só puderam votar novamente em 1989, quando o candidato Fernando Collor de Mello (PRN/AL) foi eleito por eleições diretas. Esse foi um período marcado por retrocessos e altas taxas de desemprego (LARA; SILVA. 2016) e confisco de depósitos bancários.

Após três anos de governo, ocorreu o *impeachment* de Collor, acusado de corrupção, e ele foi deposto “por um vasto movimento social e político de massas” (LARA; SILVA, 2016, p. 283). Em 1992, o movimento *pró-impeachment*, conhecido como “os Caras Pintadas”, mobilizou novamente os brasileiros às ruas. Foi a primeira vez na história do país que os cidadãos brasileiros exigiram a saída de um presidente por vias democráticas.

Após o *impeachment* de Collor, o vice-presidente Itamar Franco assumiu a presidência. O governo de Itamar Franco foi marcado pelo Plano Real, a nova moeda chamada Cruzado e uma

melhora na economia brasileira. Entretanto, há controvérsias sobre sua popularidade (PAIM, 2008). Em 1994, os brasileiros foram às urnas novamente. Fernando Henrique Cardoso (PSDB/RJ) foi eleito e governou o país por dois mandatos, de 1995 a 2003. FHC, como ficou conhecido, foi ministro da Fazenda no governo Itamar e foi quem criou o Plano Real, o que atraiu votos para a sua candidatura. Em seus mandatos, a economia foi prioridade, Cardoso privatizou rodovias federais, bancos, empresas de telefonia e a indústria de minério Vale do Rio Doce.

Na eleição seguinte, Luiz Inácio Lula da Silva (PT/SP) foi eleito Presidente do Brasil. Ele governou o país por dois mandatos - de 2003 até 2010. Por ser um líder carismático e de origem humilde, Lula ficou muito popular. Dessa forma, o Partido dos Trabalhadores (PT) iniciou seu período de 13 anos no poder. Entre seus planos de governo, destacam-se o Bolsa Família, programa de auxílio econômico a famílias em situação de pobreza; a lei de cotas raciais para as universidades federais e outros projetos de ampliação ao acesso à educação como o Sisu, programa que seleciona os alunos para cursar Ensino Superior através das notas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

Lula passou a faixa presidencial em 2011 à primeira mulher eleita presidente no Brasil. Dilma Rousseff (PT/MG) assumiu o cargo político mais alto do país. Seu governo foi marcado por diversas manifestações populares após suspeitas de corrupção e insatisfação popular (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016).

Em junho de 2013, em plenas Olimpíadas no Brasil, jovens foram às ruas para protestar por preços mais justos no transporte público em São Paulo, convocados pelas redes sociais. Porém a insatisfação era geral e o movimento se tornou nacional e passou a exigir, entre outras coisas, o fim da violência policial para repressão dos manifestantes⁷. As redes sociais passaram, pela primeira vez, a ser um espaço de reunião de ideias para reivindicações políticas no Brasil; eram uma forma de protesto e demanda por pautas dos brasileiros. Um dos grandes problemas presentes no Brasil era, na ocasião, a desconfiança nas instituições políticas, principalmente nos partidos como mediadores da população com os candidatos.

O cientista social Humberto Laudaes, em entrevista ao jornal Nexo (2017)⁸, afirma que o cidadão, com seu celular, aprendeu na ocasião que pode se organizar para fazer política. Seja compartilhando, seja participando efetivamente de movimentos, os brasileiros perceberam que podem ter uma voz mais ativa na política através do meio digital.

⁷ <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/06/17/O-que-foram-afinal-as-Jornadas-de-Junho-de-2013.-E-no-que-elas-deram>

⁸ Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/expresso/2017/06/17/O-que-foram-afinal-as-Jornadas-de-Junho-de-2013.-E-no-que-elas-deram>

Apesar dos protestos, Dilma venceu as eleições novamente em 2014. A votação neste ano foi bem acirrada, pois ela vinha perdendo popularidade devido às acusações. Ela conquistou 51,6% dos votos, enquanto seu adversário, Aécio Neves (PSDB/MG), teve 48,36% (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016). Dois anos depois, em 2015, a população feminina se organizou em um movimento que teve início no meio virtual e posteriormente foi às ruas, por mais direitos como o aborto legal. A lei brasileira sobre o aborto estava para ser revogada por Eduardo Cunha (PMDB/RJ). Neste ano, a política brasileira ficou começando a ficar mais conturbada.

Os brasileiros sempre foram muito conservadores. A então presidenta recebia muitas críticas sobre seu modo de governar, mas também sobre sua aparência física, além de comentários machistas e ofensivos (BELISÁRIO, 2016). Ela chegou a sofrer o *impeachment* no meio de seu segundo mandato em 2016. A população contrária à Dilma Rousseff, se organizou para fazer um “panelaço” - uma manifestação em que as pessoas ficaram dentro de suas casas batendo nas panelas durante os pronunciamentos oficiais, para que ninguém ouvisse o que Dilma falava. Isso resultou em manifestações nas ruas, acusada de pedaladas fiscais, movimentação orçamentária não prevista na legislação, algo que, dias, depois se tornou legal.

Dilma sofreu *impeachment*, entre outros fatores por uma “revolta das camadas médias” (BASTOS, 2017, p. 33). Seu segundo mandato foi marcado por uma tentativa de ajuste fiscal que levou à revolta de empresários e opositores. Como sua eleição teve um resultado muito acirrado, grande parte da população já não queria Dilma no poder. Além disso, Bastos (2017) ainda denuncia que o apoio da ex-presidenta à operação Lava-Jato a fez perder popularidade entre os outros políticos.

Entre as leis do governo petista, duas foram extremamente favoráveis às mulheres. O feminicídio está previsto como crime hediondo na Constituição Brasileira desde 2015, na Lei nº 13.104. A legislação prevê que o crime corresponde ao homicídio de uma mulher que envolve violência doméstica ou discriminação de gênero. Ele é geralmente cometido por parceiros ou ex-parceiros das vítimas. Outra foi a Lei Maria da Penha (Lei nº 11.340/06) que prevê assistência para vítimas de violência doméstica e pena para seus agressores (DOSSIÊ DA VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER, 2015).

Após o *impeachment* de Dilma, em 2017, Michel Temer (PMDB/SP), seu vice-presidente, assumiu a presidência. Sua popularidade era baixa e de acordo com pesquisa divulgada pela CNI/Ibope (2018)⁹, Temer em setembro de 2018, tinha a aprovação de somente 6% da população. Segundo a pesquisa, 79% dos entrevistados alegaram reprovar políticas e ações do Governo

⁹ Disponível em: <https://noticias.portaldaindustria.com.br/noticias/institucional/popularidade-do-governo-temer-mantem-se-baixa-aponta-cni-ibope/>

Federal. Escritos e manifestações de “Fora Temer” eram muito comuns, pedindo a saída dele do Governo Federal. A proposta da Reforma da Previdência previa o aumento da idade para a aposentadoria e gerou muita insatisfação dos trabalhadores brasileiros. Outra proposta controversa foi a Proposta de Emenda Constitucional, que congelou todo o orçamento por 20 anos.

E, em 2018 o Brasil teve sua primeira eleição após o segundo *impeachment* de um Presidente da República em apenas 30 anos de democracia. Grande parte da população se encontrava cética em relação ao Partido dos Trabalhadores (PT). Lula, seu principal líder, foi preso e muitos cidadãos se declaravam ‘antipetistas’, ou seja, contrários às ideologias políticas do partido e em protesto à corrupção que diziam assolar o país. Às vésperas de uma nova eleição, o Brasil estava extremamente polarizado, o que deu espaço para discursos de ódio.

O candidato Jair Messias Bolsonaro (PSL/RJ) apareceu como uma alternativa ao então governo. Ele apresentou uma campanha baseada em promessas para combater os dois problemas mais graves do país atualmente: a corrupção e a segurança pública. Dessa forma, e com campanha feita principalmente através da Internet, ele conquistou grande popularidade. Como visto acima, a corrupção é um dos maiores motivos para os governos brasileiros caírem e a segurança pública é um tema que aflige a população também.

A violência intencional é um dos fatores mais graves no Brasil. Ela atinge níveis alarmantes no país, vitimizando, em sua maioria, os jovens (16 a 24 anos). De acordo com a pesquisa do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2017), este foi o público que demonstrou mais interesse em ideologias autoritárias. Além disso, há ainda o problema da misoginia e do racismo. Segundo o Dossiê da Violência Contra a Mulher (2015), o número de homicídios de mulheres negras subiu 54% em 10 anos, ressaltando ainda o machismo presente na sociedade.

O segundo turno das eleições ocorreu dia 28 de outubro de 2018, entre os candidatos Fernando Haddad (PT/SP) e Jair Bolsonaro (PSL/RJ). Bolsonaro foi vitorioso, apesar das manifestações contrárias. Em 1^o de Janeiro de 2019, Jair Messias Bolsonaro tomou posse e se tornou o presidente do Brasil. Atualmente, as redes sociais servem como "substituto para os partidos, sindicatos e outras instituições clássicas de mediação da política". Dessa forma, os eleitores se identificam mais com o carisma dos candidatos do que com as ideias de seus partidos (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016). Relacionando este pensamento, ao de dominação carismática, percebe-se que o pensamento de Weber (1991) ainda é atual. Ele afirma que

O carisma destrói [...] em suas formas de manifestação mais sublimes regra e tradição e inverte todos os conceitos sacrais. Ao invés da piedade em relação àquilo que é, desde sempre, considerado comum, e por isso sacral, ele força a sujeição interna sob aquilo que

nunca antes existiu, sob o absolutamente singular, e por isso divino (WEBER, 1991, p. 161).

2.2 A Campanha à Presidência e os Primeiros 100 Dias de Governo Bolsonaro

Em 2018, Luiz Inácio Lula da Silva foi condenado por corrupção e lavagem de dinheiro pelo juiz Sérgio Moro¹⁰, encarregado de conduzir o processo da Lava-Jato. A partir daí aumentou significativamente a força conservadora e o sentimento antipetista no Brasil. Devido ao aumento da visibilidade sobre as causas das minorias, o conservadorismo no mundo se viu ameaçado e passou a ter adeptos mais ferrenhos. O combate à corrupção, aliado ao aumento da segurança pública forma bandeiras do então deputado Jair Bolsonaro para sua campanha.

O combate à corrupção foi a principal bandeira utilizada no período da campanha de Bolsonaro, mas que desapareceu com o passar do tempo. O juiz Sérgio Moro se tornou um dos aliados de Bolsonaro, tornando-se seu Ministro da Justiça.

De acordo com Cerqueira (2018, p. 3), “em 2016, o Brasil alcançou a marca histórica de 62.517 homicídios, segundo informações do Ministério da Saúde (MS)”. A maioria desses crimes vitimizou pessoas de grupo minoritário como negros. No mesmo ano, constatou-se que a taxa de assassinatos de negros foi duas vezes superior à de não negros e a de mulheres negras foi 71% superior à de mulheres não negras. Além disso, ainda existem os casos que são subnotificados como intervenções policiais. Ainda é importante destacar, de acordo com a pesquisa que entre 1980 e 2016, aproximadamente 900 mil pessoas foram mortas por armas de fogo.

As propostas do candidato Bolsonaro do Partido Social Liberal incluíam, dentre outras, a posse e flexibilização do porte de armas para a população. Esta ideia corresponde a uma tentativa de conter a violência crescente no país. Porém, a proposta apresenta um risco real à população brasileira, que, mesmo com o Estatuto do Desarmamento (Lei 10826/03), ainda morre muito por Armas de fogo A referida lei não impossibilita o indivíduo de possuir uma arma, mas estabelece exigências a serem cumpridas antes de a posse ser permitida, como a comprovação de capacidade técnica e aptidão psicológica.

A conquista de direitos pelas minorias foi outro tema importante nas campanhas eleitorais de 2018. Bolsonaro fez propaganda intensa contra qualquer tipo de direito social associado às minorias, como mulheres, LGBTQ+, negros, pobres, entre outros. O Brasil, por ser um país com maioria cristã, por vezes, adota a religião como uma diretriz política. O preconceito contra grupos marginalizados está muito presente nessa sociedade, aliado a uma violência enraizada, o problema

¹⁰ <https://oglobo.globo.com/brasil/lula-condenado-por-unanimidade-por-corrupcao-lavagem-de-dinheiro-22324706>

com assassinatos desses grupos é preocupante. Estes grupos, então, tomaram a frente da luta contra este candidato, que ameaçava a vida e a conquista de direitos deles, afirmando que o que existe no Brasil é um excesso de direitos¹¹.

O então deputado Jair Bolsonaro contou muito com o uso das novas tecnologias, visto que seu tempo nas mídias tradicionais - televisão e rádio - era relativamente pequeno comparado aos outros candidatos¹². Ele fez muito uso das redes sociais, sempre se pronunciando de forma preconceituosa. Suas frases tinham o intuito de gerar polêmica e atrair atenção dos votantes. Um desses pronunciamentos que ficou mais conhecido foi um em que demonstrava um viés misógino: mulheres devem ganhar menor salário que os homens, pois elas engravidam¹³.

A campanha de 2018 também foi marcada pelo fenômeno das *fake news* de ambos os lados. O *WhatsApp* tem sua popularização muito difundida entre os brasileiros e foi muito utilizado para a divulgação de vídeos, imagens e textos falsos. Seu sistema de mensagens é criptografado, logo é praticamente impossível de ser rastreado. As pessoas que recebiam essas informações acreditavam e compartilhavam em massa, sem verificar a procedência, uma vez que recebiam de pessoas de confiança, geralmente.

Uma das bases da propaganda preconceituosa do candidato foi uma *fake news*, que falava sobre a distribuição de kits para as crianças se tornarem homossexuais. O tema deu origem a uma discussão sobre “ideologia de gênero”. De acordo com Reis (2017) ideologia de gênero é uma falácia utilizada pelos reacionários para descaracterizar a discussão sobre identidade de gênero. Porém, na realidade, a identidade de gênero acredita que cada ser humano tem uma forma de se expressar e que seu sexo biológico pode não corresponder ao gênero de fato da pessoa. Então o que acontecia nas escolas, na verdade, era a tentativa de uma educação igualitária e inclusiva. Ele ainda usava argumentos religiosos para seus pensamentos homofóbicos e violentos, como o argumento de que armar a população está presente na Bíblia.

A base religiosa esteve presente em outros momentos nos discursos do candidato e atual presidente, Jair Bolsonaro. Ele simboliza, para grande parte de seus eleitores, um verdadeiro Messias. Em sua posse ele afirmou ser “aquele que ia libertar o povo do socialismo”¹⁴. Ele se posta como um salvador da pátria, estabelecendo a esquerda como inimiga do país. Ele, ainda, apresenta

¹¹ Algumas falas polêmicas do presidente podem ser conferidas no link: <https://epoca.globo.com/as-ideias-os-valores-de-bolsonaro-em-100-frases-23353141>

¹² Bolsonaro possuía 8 segundos de tempo de TV comparado com Geraldo Alckmin, que tinha 5 minutos. Segundo <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-tera-8-segundos-de-tempo-de-tv-alcmin-5-minutos/>

¹³ Algumas falas polêmicas do presidente podem ser conferidas no link: <https://epoca.globo.com/as-ideias-os-valores-de-bolsonaro-em-100-frases-23353141>

¹⁴ Idem.

muitas semelhanças com o período ditatorial enfrentado pelo Brasil, pois quer combater um inimigo: o socialismo - que nunca existiu no país.

A população passou a apoiar em massa tais discursos, indo às ruas para manifestar a favor do candidato. De acordo com Gohn (2014), as ações coletivas podem ter caráter emancipatório ou conservador. No período de 2018, o Brasil teve os dois tipos de ações coletivas. Uma das manifestações de cunho emancipatório no Brasil foi a #EleNão, em 2018, contra a eleição de Bolsonaro.

Os primeiros 100 dias do governo Bolsonaro foram marcados por muita controvérsia dentro do governo, que ainda estava se adaptando. O governo se propôs a fazer uma grande mudança em relação aos políticos que havia anteriormente. Ele diminuiu o número de ministérios e colocou aliados e militares nos cargos de confiança. Nos primeiros meses, dois ministros foram exonerados e outros tantos servidores do governo foram demitidos, além de polêmicas geradas pelo mal uso das redes sociais institucionais. A primeira grande crise de Bolsonaro envolveu o então ministro da Secretaria-Geral da Presidência, Gustavo Bebbiano. O atual governo do Brasil tem uma relação com o público muito mais próxima do que tinha tempos atrás, devido às redes sociais. Além de um mal-entendido gerado com o filho do atual presidente, Carlos Bolsonaro no Twitter¹⁵, Bebbiano também era suspeito de corrupção. Outra notícia que chamou a atenção foi a exoneração do Ministro da Educação, Ricardo Vélez Rodrigues. Ele foi substituído em abril por Abraham Weintraub, devido a controvérsias e aparente despreparo para o cargo. Além de propor ações extremamente conservadoras, como filmar as crianças cantando diariamente o hino nas escolas, ele também tirou a exigência de fontes bibliográficas em livros didáticos, voltando atrás devido a repercussões negativas em ambos os casos.

Se retornarmos ao início do governo, uma das primeiras polêmicas do novo período foi a ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos, Damares Alves, já ao tomar posse, Damares declarou que dali em diante “menino veste azul e menina veste rosa”¹⁶, fazendo uma alusão ao que chama de ideologia de gênero. A ministra é pastora e tende a confundir religião com política e costuma fazer declarações preconceituosas. Pelo Twitter Bolsonaro causou mais polêmica ao criticar uma das festas mais populares no Brasil: o Carnaval. Postando vídeos obscenos e usando a rede social como conta pessoal, o presidente desejou criticar, porém, acabou sendo alvo

¹⁵ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://exame.abril.com.br/brasil/demissoes-brigas-e-lives-100-dias-do-governo-bolsonaro-nas-redes-sociais/>

¹⁶ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/01/menino-veste-azul-e-menina-veste-rosa-diz-damares.shtml>

de críticas¹⁷. Associado à essas polêmicas, ainda houve a notícia de que Flávio Bolsonaro, outro filho do atual presidente, estava envolvido em esquema de desvio de verba pública. O Conselho de Controle de Atividades Financeiras (COAF) descobriu uma movimentação financeira suspeita na conta de Fabrício Queiroz, na época assessor de Flávio. Até junho de 2018, não houve a conclusão da investigação.

O período Bolsonaro está sendo marcado por decisões precipitadas, misóginas e homofóbicas. É um constante disse não disse e Bolsonaro costuma mudar suas falas em função das reações da população; se for negativa ele diz que não quis dizer o que disse e que a interpretação errada é da mídia. Um exemplo disso foi antes mesmo de tomar posse, afirmar que o Ministério do Meio Ambiente iria se fundir com o Ministério da Agricultura, porém devido às críticas negativas, cancelou a promessa.

O atual Ministro do Meio Ambiente, Ricardo Salles, também tem gerado muita polêmica. Já nos primeiros dias de governo ele afirmou que Chico Mendes não “fazia diferença”. Mendes, como se sabe, foi um importante ativista pela defesa da Amazônia, maior floresta do país. O comentário gerou muito desagrado, inclusive porque no Brasil, uma das autarquias do Ministério do Meio Ambiente - Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) -, em seu nome, faz homenagem ao seringueiro.

2.3 Ativismo Político na Era Bolsonaro

Com tais crises, o governo Bolsonaro se encontra instável. O ativismo contra Bolsonaro possui várias vertentes: ambientalistas, defensores dos Direitos Humanos, professores e demais ativistas.

Logo no início do ano, em janeiro, após a fala polêmica da ministra Damares Alves, celebridades e cidadãos comuns se mobilizaram para postarem fotos com roupas “trocadas”, segundo o pensamento da ministra. As meninas e mulheres e grupos feministas se indignaram com as declarações e o retrocesso. Muitas ativistas e pessoas comuns postaram fotos vestidas de azul nas redes sociais. Os meninos e homens postaram fotos vestidos de cor-de-rosa. No carnaval, festa popular e de grande repercussão nacional, foi muito politizado e contou com muitas críticas bem-humoradas à política de Bolsonaro. Damares, o caso Queiroz e outras polêmica foram explorados. Em várias cidades do país, houve manifestações e protestos relacionados ao atual presidente.

¹⁷ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://veja.abril.com.br/politica/bolsonaro-posta-video-de-ato-obsceno-e-o-associa-ao-carnaval/>

Em maio, houve manifestações pela Educação, devido aos cortes de orçamento que o atual Ministro da Educação, Abraham Weintraub - MEC¹⁸, que impôs cortes de 30% às universidades federais e disse que a balbúrdia impera em muitas universidades brasileiras. A notícia de contingenciamento de aproximadamente 20% da verba dedicada às instituições de ensino superior foi vista como ideológica e desagradou professores, alunos, ex-alunos e ativistas da educação. Os protestos aconteceram em diversas cidades do país em 15 e 30 de maio¹⁹.

O movimento #EleNão, que começou organizado em torno desta *hashtag*, se capilarizou e, apesar da eleição do candidato, não desapareceu, mas assumiu formas mais específicas, se adaptando ao contexto

¹⁸ Ministério da Educação.

¹⁹ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em:

https://brasil.elpais.com/brasil/2019/05/30/politica/1559218903_836093.html

3. O MOVIMENTO #ELENÃO NO CENÁRIO DO ATIVISMO DIGITAL

3.1 O Ativismo Político no Meio Digital

Ainda não são certos os efeitos da internet na democracia. Existem três pontos de vista em relação ao assunto (CERVI; MASSUCHIN, 2016). Os ‘otimistas’, segundo os autores, acreditam que a internet influenciaria de forma positiva no processo de participação do cidadão na sociedade. Os ‘pessimistas’ têm a ideia de que o ciberespaço não alteraria o desenvolvimento democrático dos indivíduos. Por último os ‘moderados’ percebem avanços e retrocessos com a “e-democracia” (CERVI; MASSUCHIN, 2016, p. 254).

Para Castells (2017), a Internet, principalmente as redes sociais, contribuíram para a exposição de políticos corruptos, além de facilitar as denúncias a estes. Atualmente, as redes sociais são a ferramenta utilizada para a organização de quase todos os movimentos políticos. Marmura (2008) afirma que a ausência de barreiras e a facilidade de disseminar discursos facilitam o processo de agregamento de pessoas.

A maior parte dos usuários da internet são jovens. As redes sociais funcionam como uma forma de atrair este público para uma comunicação mais ativa na sociedade (CASTELLS, 2017). O autor afirma que ela proporciona uma sensação de empoderamento, pois fornece um espaço para manifestação de ideias e críticas e Jenkins (2015) acredita que com elas podemos formar uma cultura mais participativa.

A mídia tradicional é o principal instrumento de contato entre os políticos e os cidadãos (MIGUEL; BIROLI; SALGADO, 2016). As pessoas só entendem os acontecimentos do governo através das mídias. A televisão, o rádio e os impressos têm perdido espaço no cotidiano das pessoas gradualmente. Segundo a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (2015), 41% apenas da população brasileira confia plenamente na mídia tradicional. Dessa forma, com a crise dos veículos tradicionais, as redes digitais têm ganhado muito destaque. Nelas, as pessoas escolhem o que querem ver com mais facilidade. Elas permitem a pluralidade de discursos, reunindo os semelhantes e separando os diferentes.

Atualmente, podemos ver que a participação aumentou. Os políticos conseguem manter um diálogo mais direto com a população através das redes sociais. Barack Obama foi o primeiro a utilizar das novas mídias para atrair eleitores em 2008 nos Estados Unidos. Sua equipe contratou um dos fundadores do Facebook para chefiar a campanha *online*, em 2007 (GOMES, 2009).

No Brasil, em 2010 a campanha presidencial usou pela primeira vez as plataformas da *web 2.0* (CERVI; MASSUCHIN, 2016), levando o debate político para o ambiente virtual. A candidata

Marina Silva, nas eleições presidenciais, utilizou a estratégia digital. Ela possuía várias redes sociais, como o Facebook, Twitter e uma antiga rede social chamada Orkut. Assim como Bolsonaro, Marina contava com pouco tempo na televisão e teve que fazer sua campanha por outros meios. Reis (2011) explica como as redes sociais ajudaram na popularidade da candidata. O site dela levava às mídias sociais, em que estava disponível um aplicativo com ações diárias para ajudar na campanha, além de ensinar como configurar suas redes para aparecerem mais notícias relativas à Marina e como divulgar a preferência pelo voto nela.

O meio digital proporcionou um novo tipo de campanha política. Agora, é mais fácil para os políticos atraírem apoiadores e seguidores e eles podem, com muita facilidade, fazerem campanha gratuitamente ao postar algo favorável a um candidato em suas redes sociais (CHAIA; BRUGNAGO, 2014).

O Instagram, por exemplo, contribui para os movimentos ativistas divulgando imagens chamando para manifestações e vídeos para divulgar o que ocorreu. O Facebook funciona como uma forma de divulgar notícias para as pessoas permanecerem informadas, além de, assim como o Instagram, chamar as pessoas a eventos.

Entretanto o “verdadeiro” ativismo parece acontecer fora do meio *online* (MENDES, 2015) e necessita de uma “validação” da mídia tradicional, pois devido ao efeito bolha (GUEDES, 2017), as manifestações de um grupo dificilmente atingirão o outro lado do espectro político se não forem veiculadas na mídia tradicional. Segundo Castells (2017) muitos movimentos tiveram início na Internet: revolução egípcia, Indignados na Espanha, *Occupy Wall Street*, entre outros. Aqui, chamo atenção para os movimentos que aconteceram através do meio digital, mas com cunho feminino.

Um dos primeiros movimentos que surgiu pelas redes sociais e atraiu as mulheres às ruas para lutar pelos seus direitos foi a *Slutwalk* - ou Marcha das Vadias. Ele foi muito importante para as mulheres de todos os países para dar visibilidade aos problemas causados pela cultura do estupro²⁰. Ela teve sua origem no Facebook, quando a canadense Heather Jarvis viu um *post* em que duas meninas eram chamadas de “vadias” por estarem de roupas curtas. A organização das marchas acontecia pelo Facebook também (MENDES, 2015).

A primeira manifestação aconteceu em Toronto, em 2011, e atraiu mil mulheres. Em 2014, o movimento já havia se expandido e chegou a 200 cidades ao redor do mundo. A maior *Slutwalk* teve 11 mil participantes, na Islândia (MENDES, 2015).

A era digital trouxe muitas mudanças para o ativismo. Mendes (2015) afirma que os *smartphones* deram mais segurança para mulheres relatarem suas experiências e divulgar os nomes

²⁰ Cultura do estupro é um termo utilizado para definirmos a sociedade em que vivemos hoje, em que a mulher e culpabilizada se for vítima de um estupro (MENDES, 2015).

dos assediadores. Ela acredita que os *blogs* e redes sociais possibilitaram as que mulheres fizessem suas vozes serem ouvidas, uma vez que nos meios tradicionais, os depoimentos delas são ignorados (MENDES, 2015).

Em outubro de 2017 surgiu a #MeToo para divulgar situações de assédio sexual sofridas por mulheres, principalmente no ambiente de trabalho. O gatilho para a *hashtag* foram as denúncias de atrizes de Hollywood ao assédio que sofrem por diretores. “Em apenas dois dias ela foi usada mais de 200 mil vezes nas redes sociais” (COSTA, 2018, p. 44). A popularidade do movimento se deve à globalização dos crimes sexuais às mulheres (MENDES, 2015). Segundo Costa (2018), o uso da #MeToo atingiu seu objetivo e os jornais passaram a dar maior visibilidade aos crimes de assédio às mulheres.

No Brasil, houve dois movimentos semelhantes: #MeuPrimeiroAssedio e #MeuAmigoSecreto, ambas muito divulgadas em 2015, principalmente pelo Twitter. A primeira *hashtag* surgiu foi impulsionada por comentário que sexualizavam uma participante de um programa infantil, Valentina Schulz na época tinha 12 anos e participava do MasterChef Júnior, programa de competição culinária para crianças. Muitas mulheres se identificaram imediatamente com o tema e começaram a contar suas histórias sobre a primeira vez que sofreram assédio²¹. Já a *hashtag* MeuAmigoSecreto equivale a uma forma anônima de denunciar alguém do convívio da pessoa (DUARTE; MELO, 2017). Os dois movimentos podem se encaixar no que ficou conhecido como Primavera Feminista no Brasil, quando as causas feministas voltaram à tona com a Marcha das Vadias e a exposições de situações de assédio nas redes sociais.

E, mais recentemente, em 2018, as mulheres do Brasil se uniram mais uma vez contra o preconceito. Dessa vez, a *hashtag* ficou conhecida como Ele Não e lutou contra um homem em específico: Jair Bolsonaro.

3.2 A Trajetória do Movimento #EleNão

Desde 2010, a internet tem assumido um papel fundamental no cotidiano brasileiro. A campanha para eleições presidenciais de 2018 é uma prova disso. Com um cenário atípico de polarização política, somado à popularização das redes sociais, o discurso se tornou menos importante do que a figura do político (BAQUERO; CASTRO; RANINCHESKI, 2016).

Em 2018, a insatisfação popular teve como alvo o então candidato para presidente Jair Messias Bolsonaro. A manifestação ficou conhecida como #EleNão, já que teve sua origem nas

²¹ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://epoca.globo.com/vida/noticia/2015/11/meu-primeiro-assedio.html>

redes sociais. Usando o Ele ao invés de Bolsonaro, evitava-se mencionar e dar visibilidade ao nome do candidato para não atrair comentários de seus apoiadores.

Ele apresentava um discurso autoritário e preconceituoso, aludindo a violência, muitas vezes. A partir de então, milhões de brasileiras e brasileiros se mobilizaram na internet e foram às ruas protestar contra a eleição desse candidato, em várias cidades do país, mesmo antes do primeiro turno das eleições.

Sua campanha contou com um slogan de combate à velha política - o que de acordo com ele, foi o que destruiu o país. Assim surgiu uma campanha pautada pela violência e pela intolerância baseada no populismo, com a negação das empresas de mídia tradicional como intermediárias na comunicação com os eleitores.

A rejeição do candidato era alta antes mesmo do primeiro turno²². O seu discurso polarizador agregou os conservadores que queriam mudanças no país, como o fim do politicamente correto, o armamento da população, entre outros. Porém dissuadiu grande parte dos indivíduos a votarem nele, pois continha frases preconceituosas e que incitavam a violência contra minorias²³. Citando a família e Deus como seus aliados, ele dividiu opiniões ao falar que defende, entre outras coisas, a legalização da posse de armas no Brasil, um país que já é muito violento.

Com as redes sociais, seus opositores - na maioria mulheres e membros de minorias - puderam se reunir então em torno de uma *hashtag*. É a primeira vez no Brasil que um candidato à presidência se fez conhecido, quase que exclusivamente, por meio digital e teve sua rejeição organizada num movimento que extrapolou as telas antes mesmo de haver o primeiro turno das eleições. O movimento teve início em setembro de 2018 a partir do *hackeamento* da página do Facebook “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” no dia 15 de setembro, quando um suposto participante do grupo fechado mudou o nome para “Mulheres Com Bolsonaro”²⁴. Criado em 30 de agosto de 2018, o grupo tinha na época 2.368.754 participantes e hoje conta com mais de 2.500.000 mulheres.

Com a aproximação das eleições de 2018 e o *hackeamento* da página do Facebook Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, o movimento #EleNão surgiu como uma forma de unir os discursos contra o então candidato Jair Bolsonaro, sem ter um partido político definido. Num primeiro momento, as manifestações se restringiram às redes sociais, mas extrapolaram estas barreiras com

²² Segundo Datafolha: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/noticia/2018/10/06/datafolha-para-presidente-votos-validos-bolsonaro-40-haddad-25-ciro-15-alckmin-8.ghtml>

²³ Além dos exemplos citados anteriormente, o site <https://istoe.com.br/frases-de-bolsonaro-o-candidato-que-despreza-as-minorias/> reúne frases em que o candidato se expressa dessa forma.

²⁴ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://noticias.r7.com/sao-paulo/grupo-de-mulheres-contra-bolsonaro-no-facebook-e-hackeado-15092018>

atos em diversas cidades do país, devido à grande capilaridade das mídias sociais. As manifestações foram organizadas pelo Facebook e aconteceram em setembro de 2018, com grande apoio da população. O número exato de manifestantes não chegou a ser divulgado, mas oscilou, chegando a ser contadas mais um milhão de mulheres espalhadas pelo país. A BBC apenas publicou que milhares de mulheres se uniram em torno da *hashtag*²⁵. O ativismo desse período se deu, principalmente através das mulheres.

O desrespeito aos direitos humanos foi o principal motivo das manifestações, além de falas machistas e com alusão à ditadura proferidas pelo então candidato. A matéria ainda afirma que “nos atos pelo país, foi possível ver pessoas com bandeiras e adesivos de diferentes candidatos presidenciais, como Fernando Haddad (PT), Guilherme Boulos (PSOL), Ciro Gomes (PDT), Marina Silva (Rede) e Geraldo Alckmin (PSDB)”.

A manifestação atraiu grande parte da população feminina, se tornando um grande modo de tornar as pautas em relação às mulheres mais visíveis²⁶. Porém, sua visibilidade para os eleitores de Bolsonaro foi pequena. A força do movimento não atingiu o efeito esperado - perda da popularidade do candidato -, pois teve pouca visualização nas mídias tradicionais. Historicamente, os telejornais - assim como outros meios de comunicação - são parciais, principalmente quando se trata de movimentos sociais. Dessa forma, os jornais tradicionais contribuíram para a falta de informação sobre as manifestações e o que prevaleceu entre as pessoas que não participaram foi disseminado pelas redes sociais, onde houve muitas críticas negativas por conta da desinformação.

A manifestação não agradou a todos, como se esperava. Ela teve grande repercussão entre os participantes, porém teve a presença de um público muito homogêneo. Uma pesquisa divulgada pela USP²⁷ foi feita entre os manifestantes do ato em São Paulo e comprovou que a maioria era formada por pessoas de esquerda, branca e com níveis altos de escolaridade e renda.

Trata-se de um momento histórico em que um candidato à presidência, mesmo com rejeição de quase metade da população foi eleito. A *hashtag* EleNão contribuiu para que o movimento feminista e a oposição se organizassem sem um partido político específico e unissem milhões, apenas com o ideal de impedir um governo de extrema direita, pautado em preconceitos e violência.

Neste cenário, o atual presidente do Brasil foi eleito - apesar de grande empenho contrário - e ainda causa polêmicas. Bolsonaro nega as mídias tradicionais e faz uma comunicação mais direta com a população. Ele se assemelha muito a Donald Trump nos Estados Unidos, pois ambos

²⁵ A matéria está no site: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45702409>

²⁶ Sobre o assunto, o *podcast* da Revista Piauí, Foro de Teresina (2018) apresenta uma análise interessante. A matéria pode ser encontrada no link: <https://piaui.folha.uol.com.br/foro-de-teresina-21-moro-volta-cena-o-efeito-bumerangue-do-elecao-e-o-segundo-turno-antecipado>

²⁷ Idem.

os presidentes utilizam muito a rede social Twitter para se manifestar, às vezes confundindo a conta institucional com a pessoal.

O acesso digital é bem amplo no país, 75% das residências brasileiras têm acesso à internet . Porém, poucos têm o pensamento crítico necessário para distinguir uma informação falsa de uma verdadeira, além disso, a escolarização ainda é precária, o que potencializa a influência da internet nos brasileiros (MIGUEL; BIROLI; SALGADO, 2016). Em pesquisa do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (2017), revelou-se que alguns fatores fazem a pessoa ser mais propensa a possuir vieses autoritários e uma dessas características é a baixa escolaridade. Então, os dois fatores aliados podem gerar inúmeros problemas para a vida em sociedade no Brasil.

4. A PESQUISA

Para compreender toda a trajetória e o perfil dos membros do movimento #EleNão, a metodologia utilizada consistiu basicamente em dois processos: pesquisa bibliográfica e análise de conteúdo das postagens dos participantes do perfil @elenaoficialof no Instagram.

Inicialmente, pensamos em utilizar a pesquisa de opinião no grupo #EleNão do Facebook como metodologia para conhecer o perfil do participante. Foram feitas dez perguntas *online* (Anexo I), que ficaram disponíveis em abril de 2019. Entretanto, encontramos dificuldades ao coletar as respostas. Em duas semanas, apenas nove pessoas responderam e a nossa expectativa era de que, ao final do mês de abril, obtivéssemos maior adesão. Optamos então pela análise de conteúdo, que se encaixava bem com o objetivo de perceber as pautas.

A pesquisa bibliográfica, de acordo com STUMPF (2005), é a primeira parte do trabalho. Ela permite conhecer os trabalhos já produzidos e, assim, aumentar o conhecimento. Foram utilizados os autores que tratam de internet, mídias digitais, tais como Castells (2003; 2017) e Keen (2012); de feminismo: Pateman (1996), Beauvoir (2014), Saffiotti (2011), Davis (2016), McRobbie (2006) e Biroli (2015; 2018); de política: Belisário (2016), Baquero, Castro e Ranincheski (2016); de ativismo digital: Mendes: (2015) e Costa (2018). Foi feita também pesquisa documental sobre o movimento #EleNão.

A análise de conteúdo consiste, de acordo, com Bardin (1977, p. 38) em “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens”. A análise tem como finalidade fazer inferências para descobrir aspectos sobre o emissor e as condições de produção do conteúdo. Para Wilson Júnior (2005), a análise de conteúdo é uma análise objetiva - em números - do conteúdo que produz a comunicação. O autor acredita que todo discurso é construído com base no contexto em que está inserido.

Os conteúdos para análise foram observados no perfil do Instagram @elenaoficialof. A página tem conta ativa desde setembro de 2018, e até o dia 19 de maio de 2019 - início da análise - foram contabilizadas 632 publicações, 1852 seguidores e 97 perfis que segue.

A rede social Instagram foi a escolhida para estudo pela facilidade que ela proporciona de visualização geral dos conteúdos do perfil, com publicações anteriores acessíveis e abertas a todos. Além disso, ela proporciona um discurso mais unidirecional do que o Facebook, pois o compartilhamento de conteúdo é menor pela falta de ferramentas para tal.

A análise de conteúdo realizada se pautou nos temas apresentados de acordo com o contexto em que ocorreram. Utilizou-se a abordagem quantitativa, que consiste no número em que certa informação aparece nas mensagens (BARDIN, 1977). A análise foi dividida em períodos - meses - em que cada um é caracterizado por um assunto específico.

Também para fazer a análise das imagens, foram utilizados conceitos da semiótica (o estudo da linguagem não-verbal). Foram considerados aspectos da produção das mensagens, como o contexto em que estavam inseridas.

4.1 Pré-Análise

Na primeira etapa de análise de conteúdo, fez-se a escolha dos documentos necessários à pesquisa (BARDIN, 1977). Detectou-se 125 *posts* com a temática envolvendo a palavra gênero no período selecionado, entre setembro de 2018 e janeiro de 2019 (eleição e posse de Bolsonaro).

Para filtrar e melhorar a análise, aplicou-se as palavras-chave: mulheres, ativismo e eleições no período entre setembro e outubro de 2018 (campanha o candidato Jair Messias Bolsonaro à presidência do Brasil) e janeiro de 2019 (posse de Bolsonaro como Presidente do Brasil).

Optou-se por não se analisar os meses de novembro e dezembro de 2018, devido à pouca quantidade de postagens em função das festas de final de ano. Ainda assim, o *corpus* da pesquisa continha 58 postagens, entre elas vídeos e imagens. Optou-se pela análise temática das imagens, sendo 27 postagens. Nas imagens, coletou-se as ideias principais das pautas femininas.

4.2 Período de Análise

Para filtrar as postagens do @elenaoficialof, usou-se as palavras-chave: mulher, ativismo e eleições. Decidiu-se também, como foi observado, analisar o período compreendido entre setembro a outubro de 2018 e janeiro de 2019. Nesse período, a campanha do candidato Bolsonaro estava a pleno vapor. O movimento #EleNão buscava trazer à discussão temas polêmicos como misoginia e preconceito contra as mulheres. Na ocasião, o candidato se referia a elas como seres inferiores, porque mereciam ganhar menores salários ou decidindo quem merecia ou não ser estuprada²⁸. O mês de janeiro começou com a posse presidencial em 1 de janeiro de 2019 com toda pompa e circunstância e as polêmicas declarações da Ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos, Damare Alves. Já no início da sua gestão, ela chegou a declarar “menino veste azul e menina veste rosa”, o que chocou opositores, movimentos feministas e até mesmo apoiadores do novo governo.

²⁸ Algumas falas polêmicas do presidente podem ser conferidas no link: <https://epoca.globo.com/as-ideias-os-valores-de-bolsonaro-em-100-frases-23353141>

Foram classificadas então 27 postagens que apresentamos no Quadro 1 a seguir.

Quadro 1 - Postagens no @elenaoficialof - setembro/outubro-2018 e janeiro-2019

DATA	LINK	TEMA	PALAVRAS-CHAVE	CURTIDAS
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9dkNWB5bm/	Mulheres unidas contra Bolsonaro	Unir; mulherada; Bolsonaro; fraquejada; #UnidasContraBolsonaro	19
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9dt03hpcN/	Arte mãos unidas + #EleNão	Mulheres; unidas; contra; #EleNão	20
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9eIXPBXQ5/	Mobilização de mulheres ao voto consciente	Conscientize; voto; feminista; mulher; não; machista; homofóbico; racista	24
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9oWfOhvOx/	Arte mulheres gritando #EleNao	#EleNão; mulheres; luta	21
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9o2kcBZci/	Arte mulheres gritando #EleNão empurrando pé de sapato	#EleNão; mulheres; união; força; combate	56
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9o ROBrMv/	Arte mulheres unidas contra Bolsonaro	Mulheres; unidas; contra; Bolsonaro; machista; misógino; racista; homofóbico	37
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoASsSIHNen/	Arte #EleNão e mulher	#EleNão; gorda; seminua	33
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLRl8HA9f/	Arte mulher negra com escrito #EleNão	#EleNão; negra; mulher; #EleNunca	39
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLccpHM5q/	Punhos erguidos com unhas pintadas escrito #EleNão	#EleNão; gênero; força; luta	30
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLywMnm8y/	Mulher gritando "Ele Não" com uma camiseta escrita "Lute como uma garota"	Lute; garota; #EleNão	23
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCMTchnaSF/?utm_source=ig_web_copy_link	Arte oficial Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Mulheres; Unidas; Contra; Bolsonaro	21
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7TG5ntwl/	Convocando para a marcha contra Bolsonaro em Maceió	Mulheres; LGBTQ+; contra Bolsonaro; Maceió; #EleNão	20
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7f0lnSL/	Print de tuíte da deputada Talíria Petrone falando sobre Mourão reclamar de quem pergunta quem matou a vereadora Marielle Franco	Vice; matou; Marielle; execução; desumanidade; #EleNão	34
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFu6QAHuNv/	Manifestação de mulheres contra o fascismo	Mulheres; manifestação; fascismo; direitos; #EleNão	69
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKVWpTtH9XW/	Número de mulheres que aderiram ao #EleNão	Mulheres unidas; #EleNão	63
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoT2e5DHX-M/	Mulher transexual machucada e com a	#EleNão; mulher; LGBTQ+	128

		roupa rasgada escrito #EleNão		
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUFQIAIVZ/	Foto da Madonna com a #EleNão	#EleNão; calar; freedom; Madonna	124
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaSx0 AK1P/	Foto da manifestação #EleNão em que uma mulher seminua carrega um cartaz	#EleNão; mulher; seminua	136
02/10/18	https://www.instagram.com/p/Boc-eT9gQeb/	Arte falando que mais de um milhão de mulheres foram às manifestações do #EleNão	Mulheres; ruas; #EleNão	188
02/10/18	https://www.instagram.com/p/Boc-7-ggBkF/	Foto de uma mulher negra vestida com a bandeira LGBT e escrito #EleNão	#EleNão; negra; LGBT; mulher	134
14/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo7OxFLgAR1/	Foto formando o nome Marielle	Marielle; fascistas; resistência	149
17/10/18	https://www.instagram.com/p/BpDZIO-gQFb/	Arte falando para as minorias se unirem	Pobres; negros; nordestinos; mulheres; LGBTQs	141
22/10/18	https://www.instagram.com/p/BpPMDpDgoW9/	Foto de uma senhora negra apoiando o Haddad	Haddad; guerreira; esperança	151
22/10/18	https://www.instagram.com/p/BpPQDrng5id/	Foto de Olga Benario informando que ela foi entregue a Hitler grávida	STF; 1936; Olga Benario; grávida; morta; Hitler	159
04/01/19	https://www.instagram.com/p/BsN9cesATi8/	Arte problematizando a fala da ministra Damares Alves que meninos vestem azul e meninas vestem rosa	Menino; azul; menina; rosa; marido; esposa; mulher; calada; preto; algema; viado; porrada; rico; fortuna; pobre; nada	70
05/01/19	https://www.instagram.com/p/BsQVYvxA2Nn/	Arte falando que cor não tem gênero	Cor; gênero; manas	64
21/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs6noTggc8y/	Arte falando Marielle presente	Marielle	79

Fonte: Autoria própria.

4.3 Análise Geral

Após reunir no quadro todas as postagens do período citado, reuni palavras que mais foram citadas em uma nuvem com as palavras-chave das postagens, seguindo procedimentos do Word Art (<https://wordart.com/>), um programa que organiza as palavras de acordo com a frequência de aparecimento. As palavras-chave em texto foram mantidas da forma que foram escritas e as palavras-chave das imagens foram extraídas de acordo com o sentido subentendido, reunindo-se termos semelhantes.

Na figura 1, mostrada a seguir, estão as palavras-chave com todos os meses (setembro e outubro de 2018 e janeiro de 2019), selecionadas a partir do quadro 1.

29/09. Isso explica porque a #EleNão tem dimensão muito maior, nesse período, do que a palavra Bolsonaro.

As redes sociais de apoio ao movimento tiveram como tema principal a convocação para as pessoas irem às ruas protestar contra as frases misóginas e preconceituosas. Neste mês, o perfil do @elenaoficialof publicou 17 imagens (Anexo IV, letra A) referentes aos temas mulheres e ativismo no mês. Notem que além dos 17 *posts* analisados, se encontram outros que dizem respeito a temas diversos. O nosso propósito aqui foi analisar especificamente sobre mulheres, ativismo e eleições, a partir das imagens.

As três palavras que mais apareceram na nuvem de setembro foram: **#ELENÃO**, **MULHER** e **BOLSONARO**. Das 17 imagens analisadas, 13 menções foram feitas ao **#ELENÃO**, o que demonstra, como já falado, a substituição do nome do candidato e justifica tornar-se o nome do próprio movimento e a coesão dos seus membros em torno da negação total a Ele (candidato Bolsonaro). A *hashtag* apareceu em quase todas as 17 publicações, como forma de texto na legenda ou na própria imagem, como um modo de referenciar o conteúdo e divulgar o movimento.

A segunda palavra mais citada foi **MULHER**. Ela apareceu em 11 dos 17 *posts*. Este foi o filtro utilizado na pesquisa, uma vez que a população feminina foi o símbolo do movimento e poderia decidir as eleições, já que compunha mais de 50% do eleitorado. Além disso, o candidato provocou muitas polêmicas com as declarações misóginas e preconceituosas, como mostramos no caso da deputada Maria do Rosário e da filha.

A terceira palavra que mais apareceu foi **BOLSONARO**, mencionando diretamente seu nome quatro vezes. Isso é justificado pelo fato de o candidato à Presidência do Brasil ser o alvo principal das críticas do movimento. Como a origem do movimento foi o *hackeamento* da página “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, como já vimos, a frase também foi o lema das manifestações. O *post* que mostra a arte da página do Facebook teve 37 curtidas.

O movimento #EleNão teve base feminista, com sororidade e interseccionalidade. O principal objetivo dos perfis nas redes sociais foi mobilizar cada vez mais pessoas para irem às manifestações, com foco no público feminino. Uma das publicações incentivava uma mulher - ou membro de minoria - a mobilizar outra para participar do movimento. Estabeleceu-se, então, que a união feminina, aliada à força do povo em uma democracia, poderia ser o fim da popularidade de Bolsonaro e seus aliados.

Como bem registra Castells (2017), as redes sociais fornecem um sentimento de empoderamento quando o indivíduo vê a possibilidade de se manifestar, sobretudo quando estão unidas em uma causa.

Usou-se, em quatro dos *posts*, a palavra **UNIDAS; UNIR, UNIÃO** e **MULHERADA** - como o conjunto de mulheres - apareceram uma vez cada. Vale citar aqui três publicações que focaram na ideia de união. Primeiro, um *post* com uma arte em que se falava sobre a quantidade de mulheres que aderiram ao movimento. Este *post* teve 63 curtidas.

Figura 3: Postagem que revela o número de mulheres que aderiram à *hashtag* #EleNãO



Fonte: @elenaoficialof no Instagram.

Uma outra publicação relevante que apresentava a ideia de união foi de um grupo de mulheres empurrando um sapato masculino bem grande com os dizeres “#EleNãO”. Este *post* teve 56 curtidas. Por fim, uma arte oficial do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” teve poucas curtidas, apenas 21 no total.

Figura 4: Arte oficial do grupo #EleNãO no Facebook



Fonte: @elenaoficialof no Instagram.

Termos semelhantes como **NÃO** e **COMBATE** também apareceram em uma postagem cada. A palavra **CONTRA** também apareceu quatro vezes nas 17 publicações analisadas, porque foi um movimento que tinha o objetivo de criticar um candidato.

Por contar com o apoio de outros grupos geralmente marginalizados, o movimento buscou ser inclusivo e interseccional, então as publicações passaram a ter como protagonistas mulheres de diferentes raças, identidades de gênero, tipos de corpo e idades. **MACHISTA**, **HOMOFÓBICO** e **RACISTA** aparecem duas vezes cada; **MISÓGINO** e **FASCISMO** apareceram uma vez cada. Essas foram palavras utilizadas para descrever o então candidato, pois ele se posicionava de maneira preconceituosa em relação às minorias. A sigla **LGBTQ+** apareceu duas vezes, **NEGRA** e **POBRE** apareceram uma vez cada. A foto de uma mulher transexual teve mais curtidas no período, 128. **GAROTA** também apareceu uma vez.

LUTA, **LUTE** e **CONSCIENTIZE** apareceram como unidades de sentido dentro da análise. Utilizando como inferência o contexto (BARDIN, 1977), pode-se dizer que os verbos no imperativo e palavras que remetem a ação têm o objetivo de chamar para as manifestações, incitando atitudes dos seus seguidores. **LUTA** apareceu duas vezes em forma de sentidos nas imagens. **LUTE** apareceu uma vez escrita na camiseta de uma mulher. **CONSCIENTIZE** também pareceu uma vez como forma de chamar uma mulher a convencer a outra a participar do movimento. Outro *post* desse cunho teve como tema a convocação de mulheres e LGBTQ+ para a manifestação.

O perfil utilizou a função das redes sociais de chamar às pessoas a expressar sua insatisfação (CASTELLS, 2017). Imagens de convocação para as marchas que aconteceram no dia 29/09/18 foram uma forma de expandir o movimento para todos os estados do Brasil, devido à ausência de

fronteiras da rede (MENDES, 2015). O público-alvo era, além de mulheres, a população LGBTQ+. **FORÇA** apareceu duas vezes; enquanto as palavras **MANIFESTAÇÃO** e **DIREITOS** apareceram uma vez, como uma forma de chamar as pessoas para a ação. **VOTO FEMINISTA** também apareceu como uma forma de lutar contra Bolsonaro, associando-o a um líder fascista pelos seus comentários preconceituosos e violentos.

O empoderamento feminino ainda é uma busca para as brasileiras. A ditadura da magreza³⁰ ainda está presente em programas televisivos e reflete a realidade do país, em que as pessoas - principalmente as mulheres - sofrem a pressão de estarem cada vez mais magras, chegando, em alguns casos, a se submeterem a tratamentos que coloquem sua vida em risco para ficarem dentro do padrão. A palavra **GORDA** e **SEMINUA** apareceram uma vez na análise de imagens, como forma de descrever uma mulher com #EleNão escrito no peito. O *post* teve 33 curtidas.

Outra palavra que apareceu foi **FRAQUEJADA**, em referência à fala de Bolsonaro, que sua filha fora uma “fraquejada” que ele deu na hora de concebê-la. As mulheres entenderam isso como uma ofensa pessoal e também se apropriaram do termo para lutar, assim como aconteceu em outros momentos do ativismo feminista (MENDES, 2015). O termo apareceu em uma postagem durante a análise do período.

As manifestações aconteceram no Brasil inteiro. Entre as postagens analisadas, encontramos uma que se refere ao movimento em **MACEIÓ**. O nome do estado apareceu uma vez durante a análise como uma forma de chamar as moradoras da região a participarem também.

Ainda nessa época, o questionamento sobre o assassinato da vereadora Marielle Franco ainda persistia. Ele se tornou um símbolo para o movimento. No perfil, foram analisadas três publicações que citam diretamente o nome dela, uma em cada mês. Em setembro, o crime completou seis meses sem solução e as ativistas continuavam cobrando respostas enquanto o vice-presidente Hamilton Mourão criticava quem insistia no assunto. No *post*, apareceram, uma vez cada, as palavras **VICE** - se referindo ao vice-presidente -, **MATOU**, **MARIELLE**, **EXECUÇÃO**, **DESUMANIDADE**.

Figura 5: Postagem de Talíria Petrone falando sobre a morte de Marielle Franco

³⁰ Sobre o tema, pode-se entender melhor com a leitura: <https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/televisao/demissao-de-jornalista-da-globo-escancara-ditadura-da-magreza-na-tv-25599>



Talíria Petrone 5077
@taliriapetrone

Vice d Bolsonaro diz q estamos "enchendo o saco" por seguir perguntando quem matou Marielle. Enchendo o saco por querermos saber quem foi o autor da bárbara execução política de nossa companheira? É mta desumanidade e desrespeito! Não calaremos! Continuaremos exigindo respostas!

Fonte: @elenaoficialof no Instagram.

Outras *hashtags* também apareceram durante a análise, além da que nomeia o movimento. Uma das hipóteses para a existência de outras *hashtags* é a de que o movimento pertenceu de alguma forma a todos os participantes e, com a facilidade da internet que possibilita a edição de qualquer pessoa (CASTELLS, 2003), os indivíduos puderam se envolver da forma que achavam mais adequada. **#UNIDASCONTRABOLSONARO** e **#ELENUNCA** apareceram como palavra-chave uma vez cada durante a análise.

O movimento não foi somente nacional, mas mundial. Celebidades brasileira e estrangeiras também apoiaram o **#EleNão**. Muitos dos depoimentos de atrizes apareceram em vídeos, mas como o foco do trabalho são as imagens, analisamos a publicação em que uma foto da cantora Madonna aparece com a boca tampada e com a *hashtag* do movimento escrita em cima. A palavra **FREEDOM** - liberdade em português -, aparece uma vez, juntamente com as palavras **CALAR** e **MADONNA**. Isso se deve ao caráter universal das reivindicações femininas (MENDES, 2015), pois mesmo a cantora não sendo brasileira, ela ainda apoia a causa feminista e defende o direito de mulheres que ela não conhece. Além disso, a Internet possibilitou a expansão do movimento. O *post* recebeu 124 curtidas.

Observou-se, no período, um grande número de postagens em um mesmo dia. Isso acaba tornando os conteúdos dispersos para os seguidores, pode ser por isso que as convocações para as manifestações **#EleNão** não surtiram o efeito desejado pelo perfil, de atrair mais pessoas às manifestações.

4.3.2 Análise dos *Posts* de Outubro/2018 no Instagram @elenaoficialof

A seguir, a figura número 2 em que a palavra **MULHER** aparece com grande destaque. Estávamos aí no mês das eleições e essa palavra começou a ter uma dimensão maior em função das pautas feministas.

Figura 6: Nuvem de palavras com as palavras-chave do mês de outubro



Fonte: Autoria própria.

As manifestações do #EleNão aconteceram no dia 29 de setembro de 2018, uma semana antes do primeiro turno das eleições brasileiras de 2018, que foram no dia sete de outubro. O segundo turno das eleições presidenciais foi entre os candidatos Jair Bolsonaro e Fernando Haddad e aconteceu no dia 28 de outubro de 2018.

O mês de outubro marca então, o período pós-manifestações e entre os dois turnos das eleições. Sete *posts* se enquadraram no referido período.

MULHER, seguido de **#ELENÃO** foram as palavras com mais destaque. **MULHER** apareceu em quatro das sete postagens e **#ELENÃO** apareceu três vezes. Este período caracterizou-se por maior engajamento dos seguidores do perfil.

Como destaca Biroli e Miguel (2015), o feminismo interseccional aborda de forma mais completa as opressões vividas pelas mulheres. Isso se mostrou presente no segundo mês de análise. Dessa forma, termos como **LGBTQ+** e **NEGRA** tiveram destaque no mês analisado. **LGBTQ+** apareceu em duas postagens das sete analisadas e o termo **NEGRA** apareceu em uma postagem. Uma foto que registra uma mulher negra com a bandeira LGBT teve nada menos que 134 curtidas, sendo um dos *posts* com maior engajamento dos seguidores.

As reivindicações de manifestações passadas como a Marcha das Vadias (MENDES, 2015), ainda estão presentes. Um dos temas que aparecem com frequência na época é as mulheres reivindicando os direitos sobre o próprio corpo. Uma mulher com a #EleNão escrita pelo corpo evoca o pensamento de que mesmo usando pouca roupa, ela pode lutar pelos seus direitos, mostrando a força da mulher mais uma vez. Entre as publicações analisadas, **SEMINUA** apareceu uma vez. O *post* teve 136 curtidas.

Figura 7: Postagem em que uma mulher seminua carrega um cartaz na manifestação #EleNão



Fonte: @elenaoficialof no Instagram.

RUAS também foi uma palavra que apareceu em uma publicação, como forma de mostrar as manifestações. De acordo com o *post*, mais de um milhão de mulheres foram aos protestos. No período, a publicação com mais curtidas dos seguidores foi uma arte em que se falava que mais de um milhão de mulheres compareceram às ruas para manifestar. A imagem recebeu o maior engajamento entre todas as publicações analisadas, 188 curtidas. Isso demonstra a força que o movimento teve para quem participou dele.

Figura 8: Postagem em que revela que um milhão de mulheres foram às manifestações do #EleNã



Fonte: @elenaoficialof no Instagram.

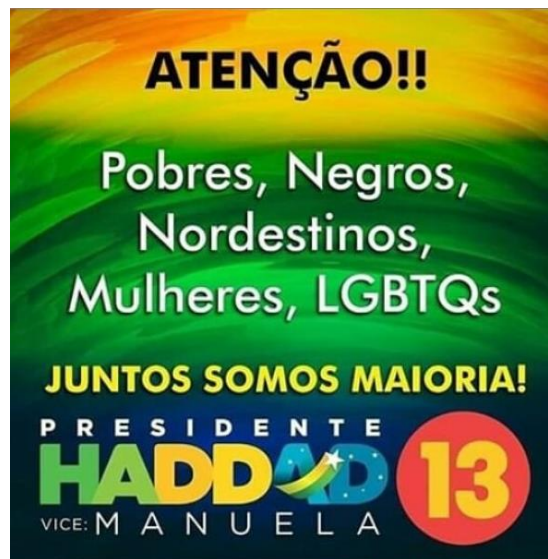
MARIELLE aparece aqui novamente, uma vez. Dessa vez, com a aproximação das eleições, dois candidatos do partido de Bolsonaro quebraram a placa de rua que homenageava a vereadora assassinada por milicianos em 2018³¹. Os apoiadores de Marielle Franco reconstituíram placas com o nome dela e escreveram o nome dela para fotografar. Entre as três imagens analisadas em que o nome da ativista aparece, este foi o que mais recebeu repercussão com 149 curtidas. Associada ao mesmo post, a postagem se refere aos autores da depredação como **FASCISTAS**, o termo já foi usado no perfil, em outra ocasião, para se referir ao presidente Bolsonaro, visto que ele é preconceituoso com grupos minoritários da população, além de possuir um discurso que incita a violência.

Além disso, outros grupos também foram discriminados pelas palavras de Bolsonaro e se tornaram figuras ativas no protesto. **POBRES** e **NORDESTINOS** também se uniram para tentar derrubar Bolsonaro e as palavras apareceram uma vez cada no total de sete postagens. Segundo o site do Tribunal Superior Eleitoral (2018), o candidato Fernando Haddad ganhou a simpatia dos nordestinos e venceu na região nos dois turnos³². Essa publicação teve 141 curtidas.

³¹ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/eleicoes,candidatos-do-psl-destroem-placa-com-homenagem-a-marielle-franco,70002531740>

³² A informação pode ser verificada no site <http://divulga.tse.jus.br/oficial/index.html>

Figura 9: Postagem que convida minorias a votarem no candidato Fernando Haddad



Fonte: @elenaoficialof no Instagram.

Esse perfil, que no seu início, não se posicionava efetivamente a favor de nenhum dos candidatos, no segundo turno das eleições, começou a se posicionar em favor do candidato Haddad como a solução para o Brasil. O petista era adversário direto de Bolsonaro. Seu nome aparece uma única vez como **HADDAD** em uma das publicações, em que uma senhora idosa aparece com seu adesivo no braço.

A palavra **GUERREIRA** também aparece em uma publicação. Ela relaciona uma senhora, supostamente presente em uma das manifestações do #EleNão à expectativa de viragem de votos. **ESPERANÇA** também foi um termo usado no mesmo *post*. A publicação teve 151 curtidas.

Outro tema comum foi relacionado a tortura. Em outubro, o tema apareceu com a foto da Olga Benário, dizendo que o Superior Tribunal Federal (STF) a entregou grávida a Hitler em 1936. Olga foi uma militante comunista e o *post* foi uma forma de relacionar a intolerância apresentada por Bolsonaro ao Hitler. **OLGA BENARIO, STF, GRÁVIDA, MORTA** e **HITLER** apareceram uma vez cada nas publicações analisadas durante o mês de outubro. O *post* teve 159 curtidas, sendo o segundo com maior engajamento em todo o período analisado. Um dos motivos para isso, deve ser a presença feminina em situação de subjugação por questões ideológicas e também pela aproximação das eleições, já que a postagem foi publicada na semana anterior ao segundo turno (22/10/19).

O perfil poderia ter tido maior engajamento, porém o curto período de tempo entre as manifestações e a eleição não permitiu que o máximo de pessoas fosse alcançado. Porém, o engajamento aumentou conforme a aproximação das eleições e a página passou a ter conteúdos mais informativos.

4.3.3 Análise dos *Posts* de Janeiro/2019 no Instagram @elenaoficialof

Vamos agora à análise da posse propriamente dita do Presidente do Brasil, Jair Messias Bolsonaro em 1º de janeiro de 2019. A posse teve a pompa e circunstância e foi cercada de eventos no Congresso e no Palácio do Planalto. A primeira-dama fez um discurso se mostrando atuante e engajada na causa dos deficientes auditivos. Isso foi uma forma de mostrar que o presidente não era machista e misógino como os grupos feministas tentavam mostrar.

Uma onda tradicional, religiosa e contra os movimentos feministas (muito parecida com o retrocesso pós-feminista) começou a ter visibilidade nas palavras do então presidente e dos seus ministros, com destaque para a ministra Damares Alves.

Nesta análise nenhuma palavra se sobressaiu a outra. Todas tiveram a mesma dimensão (1 postagem).

Figura 10: Nuvem de palavras com as palavras-chave do mês de janeiro



Fonte: Autoria própria.

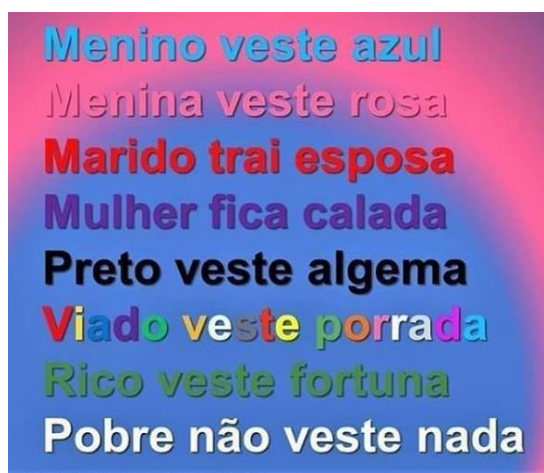
Na terceira fase da análise, buscou-se as publicações que se relacionavam à temática feminina no período de janeiro, quando feminismo e pautas feministas passaram a ser questionados no Brasil, relacionado a “mimimi”.

Nos primeiros dias de governo, a ministra da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos Damares Alves fez uma fala polêmica, que desagradou os opositores ao governo, sobretudo às

feministas. Ela deu a entender que, no governo dela “menino veste azul e menina veste rosa”, mostrando um claro preconceito e intolerância ao público LGBT.

O tema repercutiu em duas publicações analisadas. A primeira expande a fala da ministra e a associa a falas do presidente. No post, a violência contra mulheres, negros e homossexuais é evidente, além da discriminação contra pobres. As palavras-chave encontradas foram **MENINO, AZUL, MENINA, ROSA, MARIDO, ESPOSA, MULHER, CALADA, PRETO, ALGEMA, VIADO, PORRADA, RICO, FORTUNA, POBRE, NADA**. O *post* teve 70 curtidas.

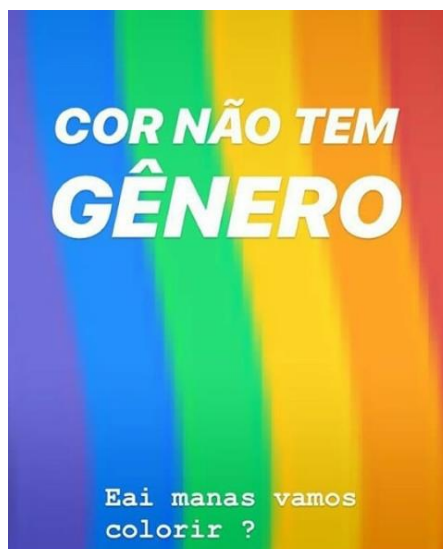
Figura 11: Postagem que relaciona a fala da ministra Damarens Alves à realidade brasileira



Fonte: Autoria própria.

O segundo *post* analisado trata que cor não tem gênero e convida as **MANAS** - gíria utilizada pelas feministas - para colorir, ou seja vestir a roupa que quiserem e não deixar sua sexualidade ser reprimida. Aqui encontramos o termo **COR** se referindo a coloração da roupa do indivíduo e não no sentido de raça e relacionada à palavra **GÊNERO**, no sentido de que a pessoa pode usar a cor - figurativamente falando - que quiser, não precisa seguir um padrão determinado pela sociedade. **COR** pode ser entendido no contexto como uma metáfora para sexualidade ou identidade de gênero. Ele teve 64 curtidas.

Figura 12: Postagem que se refere à fala da ministra Damares Alves



Fonte: Autoria própria.

Isso mostra a reação do movimento ao retrocesso que veio com o novo governo e sua equipe de extrema-direita.

Como destaca McRobbie (2006), quando trata do pós-feminismo nos Estados Unidos, nós voltamos, no Brasil, a um período de crítica e negação do feminismo, de retrocesso. As conquistas feministas foram esquecidas e até superadas. O feminismo passou a ser “mimimi”, coisa de mulher mal-amada, que não se cuida, não se depila e faz movimentos nua. A própria Damares faz declarações polêmicas sobre o lugar da mulher e sobre a beleza das mulheres não feministas.

No último post analisado, o tema do assassinato de Marielle Franco volta à tona. Em janeiro, foi divulgada a ligação do autor do crime com milícias do Rio de Janeiro³³. No mesmo período, a vereadora ainda permanece como uma inspiração para o movimento #EleNão. O perfil se refere a ela apenas por **MARIELLE**. Nesta postagem, o perfil teve 79 curtidas.

³³ Notícia sobre o tema pode ser encontrada em: <https://br.sputniknews.com/brasil/2019011813131447-assassino-marielle-policia-bope/>

Figura 13: Postagem fazendo homenagem a Marielle Franco



Fonte: Autoria própria.

Marielle representa aqui uma guerreira progressista defensora dos movimentos de comunidades pobres, negros e das pautas LGBT. Dessa forma, o nome dela é uma bandeira do movimento contra toda forma de discriminação e volta ao passado que o governo Bolsonaro traz em seus discursos e práticas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ativismo esteve muito presente no período pós-ditatorial no Brasil. Os brasileiros se mobilizaram em 1985 para escolher pelo voto direto o presidente no movimento conhecido como “Diretas Já”. Anos depois, em 1992, eles se manifestaram pelo o *impeachment* do Presidente Fernando Collor de Mello. Na ocasião faixas, cartazes pessoas do povo, artistas e celebridades foram às ruas mostrar sua voz e suas reivindicações próprias da democracia.

Com o desenvolvimento das tecnologias de informação e consequentemente das redes sociais, a voz dos jovens passou a ser compartilhada nas redes de amigos e família. Os protestos de junho de 2013 envolveram diversas pautas e se expandiu para nível nacional. A facilidade de divulgação de informações na internet (BARROS, 2016) contribui de forma positiva para a divulgação dos movimentos ativistas atuais.

O presidente Jair Messias Bolsonaro fez amplo uso da Internet como meio para alavancar sua popularidade e o sentimento antipetista. A crise dos jornais tradicionais e a facilidade que as redes sociais proporcionam para produção de conteúdo deram origem a uma comunicação direta com o seu eleitorado. A possibilidade de criação de conteúdo sem apurar as informações ampliou a ampliação e reverberação das *fake news*. A campanha presidencial do candidato Bolsonaro foi marcada por ruídos e muita desinformação.

Os jornais tradicionais, por sua vez, também não divulgaram informações atualizadas e contribuíram para a desinformação geral da população. Isso criou uma polarização entre brasileiros de direita e esquerda e suas ideologias políticas. A cada postagem, comentários surgiam tanto apoiando como criticando o candidato. Dessa forma, as discussões políticas nas redes sociais também foram polarizadas e potencializadas e levaram a brigas familiares e rompimentos de amizades e relacionamentos, que ultrapassaram o meio digital.

Neste trabalho, o foco foi dado aos movimentos com apoio das mídias digitais, com destaque para o #EleNão, objeto de estudo. Essa *hashtag* surgiu como forma de protesto ao então candidato à Presidência do Brasil, cujas ideias e propostas de campanha eram preconceituosas e estimulavam a violência de gênero, sem nenhuma preocupação em relação às minorias. O Facebook e o Instagram foram os meios em que o movimento #EleNão se popularizou e se organizou para irem às ruas, englobando diversas pautas.

A metodologia usada aqui foi a análise de conteúdo compreendida entre os períodos das eleições de 2018 e da posse presidencial, em 2019. O filtro utilizado no perfil @elenaoficialof foram as palavras-chave mulheres, ativismo e eleições, compreendendo um total de 27 postagens.

A página deu destaque às pautas feministas de luta como fim do preconceito e da violência contra as mulheres, o fortalecimento e união feminina e luta contra Ele, para não citar o nome do atual presidente, classificado como misógino e intolerante a causas feministas.

O maior *post* contou com 188 curtidas. Para ressaltar temas importantes, optou-se por fazer uma nuvem de palavras utilizando as palavras mais citadas nas publicações. Colocou-se as palavras mais aparentes que apareciam em forma de texto e em forma de sentido nas imagens. Detectou-se 70 palavras no total, sendo “mulher” e “#EleNão” as mais aparentes.

No mês de setembro, houve as manifestações propriamente ditas e o início do movimento #EleNão. A palavra que mais se destacou, portanto, foi **#ELENÃO**, pelos motivos já mostrados de não dar visibilidade ao então candidato. Seguiu-se a palavra **MULHERES**, mostrando a força do sexo feminino nessa eleição, que correspondeu a mais de 50% do eleitorado. A palavra **UNIDAS** também teve destaque. As mulheres unidas contra Bolsonaro é tema central, estabelecendo a ideia de que unidas, são mais fortes, além de exporem suas pautas iniciais. As falas do então candidato impulsionaram boa parte das publicações. O perfil enfatizou que o considera machista, homofóbico e racista e que tal pensamento não pode ser tolerado.

As eleições, em outubro de 2018, marcaram o período em que o perfil divulgou o resultado das manifestações e fez campanha de oposição a Bolsonaro. Neste período, a palavra **MULHER** ganhou o foco, demonstrando o poder do sexo feminino na decisão da eleição. Seguiu-se a palavra **#ELENÃO**, movimento que se intensificou no período. Ainda apareceu como pauta a palavra **LGBT**, uma vez que o candidato se mostrava radicalmente contra o grupo. A palavra **MARIELLE** apareceu uma vez incitando o fim da violência contra a mulher e o pedido de justiça. Neste mês, os *posts* receberam maior número de curtidas entre as publicações analisadas. Uma das hipóteses para esse engajamento é a aproximação das eleições, tanto do primeiro como do segundo turno. Com a aproximação do segundo turno, o perfil se declarou abertamente pró Fernando Haddad. A palavra **HADDAD** foi citada uma vez, convidando as pessoas do perfil a elegerem o candidato.

Após a posse presidencial, o tema em voga foi a fala da ministra Damare Alves, que criticou a “ideologia de gênero”, termo utilizado por ela para desqualificar o que as feministas chamam de identidade de gênero, quando uma pessoa nasce com sexo biológico diferente de seu gênero real. O perfil também fez uma crítica geral ao atual governo. Neste mês, as palavras **COR, AZUL, ROSA, MENINO, MENINA, GÊNERO**, entre outras tiveram destaque.

Outra pauta interessante que apareceu também nas publicações foi o empoderamento feminino, mostrando mulheres com corpos, cores e sexualidade diferentes, de forma geral. Dessa forma, o perfil contribui para a eliminação dos padrões socialmente impostos, fazendo com que as mulheres se sintam cada vez mais à vontade consigo mesmas e levantes suas bandeiras.

É interessante observar a movimentação da página, criada com um objetivo específico (não eleição de Bolsonaro) e que, teoricamente, não alcançou seus objetivos. A página cresceu de setembro (origem do movimento) até outubro (eleições) e depois perdeu um pouco de relevância em janeiro, mas o perfil ainda é alimentado, pois espera-se alcançar a queda de popularidade do presidente.

Com isso, a resposta à pergunta inicial “quais as principais questões levantadas pelas ativistas do #EleNão no perfil do Instagram no período compreendido entre as eleições e a posse?” mostra que as principais demandas do movimento, do ponto de vista das mulheres e da pauta feminista, foram: fim da violência e dos preconceitos a negros, nordestinos, grupo LGBT, e, principalmente às mulheres, tratadas com desrespeito pelo candidato. O movimento se manifestou e ainda se manifesta contra Bolsonaro e seu governo. As pautas feministas identificadas foram relativas ao direito a voto, a melhores condições de trabalho, a educação e por direitos reprodutivos.

Cabe ressaltar, por fim, que o trabalho não se esgota nesse estudo aqui apresentado. Recomenda-se fortemente a ampliação da pesquisa em torno do perfil de participantes da *hashtag* propriamente dita para uma melhor compreensão do movimento #EleNão. A limitação do estudo está exatamente em localizar os diversos perfis na rede analisada e conhecer melhor as pessoas do grupo de participantes do movimento. De toda forma, esse trabalho possibilitou uma grande oportunidade, como estagiária de uma autarquia ligada aos movimentos ambientalistas, para entender a história dos movimentos políticos no Brasil e das grandes manifestações do nosso país pós-ditadura, mas caracterizado por retrocessos e poucos avanços no que diz respeito às mulheres brasileiras e suas pautas.

REFERÊNCIAS

BAQUERO, Marcello; CASTRO, Henrique C. de; RANINCHESKI, Sônia M. (Des) confiança nas instituições e partidos políticos na constituição de uma democracia inercial no Brasil: o caso das eleições de 2014. 2016.

BARDIN, Lawrence. Análise de conteúdo. **Lisboa: edições**, v. 70, p. 225, 1977.

BARROS, D. L. P. Estudos discursivos da intolerância: o ator da enunciação excessivo. **Cadernos de Estudos Lingüísticos**, v. 58, n. 1, p. 7-24, 2016.

BARSTED, LEILA DE ANDRADE LINHARES. Legalização e descriminalização do aborto no Brasil: 10 anos de luta feminista. **Estudos Feministas**, p. 104-130, 1992.

BASSALO, Lucélia de Moraes Braga. Entre sentidos e significados: um estudo sobre visões de mundo e discussões de gênero de jovens internautas. 2013.

BASTOS, Pedro Paulo Zahluth. ASCENSÃO E CRISE DO GOVERNO DILMA ROUSSEFF E O GOLPE DE 2016: PODER ESTRUTURAL, CONTRADIÇÃO E IDEOLOGIA. **Revista de Economia Contemporânea**, v. 21, n. 2, 2017.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**, v. 3, p. 189-217, 2002.

BEAUVOIR, Simone de. O segundo sexo. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1949.

BEAUVOIR, S. **O segundo sexo**. Nova Fronteira, 2014.

BELISÁRIO, Katia Maria. Questão de gênero: representação feminina e preconceito em Portugal e no Brasil. **Diálogos Lusófonos em Comunicação e Política**, p. 43-72, 2016.

BELISÁRIO, K. e MENDES, K. Mídia e violência doméstica: a cobertura jornalística dos crimes de violência no Brasil e no Reino Unido. **Gênero em Pauta: Desconstruindo Violências, Construindo Novos Caminhos**, 2019.

BIACHI, Mariangela. **O Feminino nas Eleições de 2010: O Discurso de Veja e IstoÉ Sobre as Mulheres Candidatas**. 2003. 239 f. Dissertação (Mestrado) – Curso de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2013.

BIROLI, F. e MIGUEL, L. Gênero, raça, classe: opressões cruzadas e convergências na reprodução de desigualdades. **Revista Mediações**, vol. 20, nº 2, p. 27-55, 2015.

BIROLI, Flávia. **Gênero e desigualdades: limites da democracia no Brasil**. Boitempo Editorial, 2018.

BRASIL. Constituição (1988). Constituição [da] República Federativa do Brasil. Brasília: Senado Federal, 1988

BUTLER, Judith. **Gender trouble: Feminism and the subversion of identity**. routledge, 2011. maio 2019.

CALAZANS, Janaina; LIMA, Cecília. Sociabilidades virtuais: do nascimento da Internet à popularização dos sites de redes sociais *online*. In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia, GT de História da Mídia Digital, Minas Gerais, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/sociabilidades-virtuais-do-nascimento-da-internet-a-popularizacao-dos-sites-de-redes-sociais-online>>. Acesso em: 01 jun. 19. Brasília: Senac DF, 2018. v. 2000. 254p.

CARVALHO, C. A.; MARTINS, M. L. Crimes de proximidade contra mulheres em relações de gênero: Dimensões políticas de um problema no Brasil e em Portugal a partir da cobertura jornalística. **Diálogos lusófonos em comunicação e política**, p. 125-149, 2016.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade**. Zahar, 2003.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da Internet**, Zahar, 2017.

CERQUEIRA, D. Coordenador et al. **Atlas da violência 2018**. 2018

CERVI, Emerson Urizzi; MASSUCHIN, Michele Goulart; CARVALHO, FC de. Internet e eleições no Brasil. **Curitiba: UFPR**, 2016.

CHAIA, Vera Lucia Michalany; BRUGNAGO, Fabricio. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Aurora. Revista de Arte, Mídia e Política**, v. 7, n. 21, p. 99-129, 2014.

COSTA, Julia Lourenço. Memória e des-memória discursivas no movimento ciberfeminista. **Revista Eletrônica de Estudos Integrados em Discurso e Argumentação**, 2018. Disponível em: <<http://periodicos.uesc.br/index.php/eidea/article/view/2196>>. Acesso em: 09 junho 2019.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Boitempo Editorial, 2016.

DOSSIÊ VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES. **Feminicídio**. 2015. Disponível em: <https://dossies.agenciapatriciagalvao.org.br/violencia/violencias/feminicidio/>. Acesso em: 19 abril 2019.

DUARTE, Cristina Rothier; MELO, Lafayette Batista. Aforizações e feminismo na internet: estudo de frases curtas empregadas no movimento primavera das mulheres. **Revista do GEL**, v. 14, n. 1, p. 29-287, 2017.

FÓRUM BRASILEIRO DE SEGURANÇA PÚBLICA (Org). **Medo da violência e o apoio ao autoritarismo no brasil: Índice de propensão ao apoio a posições autoritárias**. São Paulo, 2017. 39p. Disponível em: <http://www.forumseguranca.org.br/wp-content/uploads/2019/04/fbsp_indice_propensao_apoio_posicoes_autoritarios_2017_relatorio.pdf>. Acesso em: 08 junho 2019.

FERREIRA, Ricardo Ribeiro. Rede de mentiras: a propagação de fake News na pré-campanha presidencial brasileira. **Observatorio (OBS*)**, v. 12, n. 5, 2018.

FRANCHINI, B. S. O que são as ondas do feminismo? **Revista QG Feminista**. 2018. Disponível em: <<https://medium.com/qg-feminista/o-que-são-as-ondas-do-feminismo-eeed092dae3a>>. Acesso em: 09 outubro 2018.

GOHN, M. G. **Movimentos sociais e redes de mobilizações civis no Brasil contemporâneos**. Editora Vozes Limitada, 2014.

GOMES, Gisele Ambrósio. História, mulher e gênero. **Revista Virtú. Universidade Federal**, 2010.

GOMES, Wilson et al. "Politics 2.0": A Campanha On-Line de Barack Obama Em 2008. **Revista de Sociologia e Política**, v. 17, n. 34, 2009.

GONÇALVES, Eliane; PINTO, Joana P. Reflexões e problemas da "transmissão" intergeracional no feminismo brasileiro. **Cadernos Pagu**, n. 36, p. 25-46, jan/jun 2011.

GUEDES, Marcelo Santiago. Os impactos do efeito bolha causado pelos algoritmos do Facebook para o direito de resposta. **Boletim Científico Esmpu**, Brasília, v. 16, n. 50, p.67-85, jun. 2017.

HEMMINGS, Clare. Contando estórias feministas. **Revista Estudos Feministas**, v. 17, n. 1, p. 215, 2009.

HOOKS, Bell. **Feminist theory: From margin to center**. Pluto Press, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2015.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015.

JÚNIOR, Wilson Corrêa da Fonseca; WILSON, C. Análise de conteúdo. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, v. 380, 2012.

KEEN, Andrew. **Vertigem digital: por que as redes sociais estão nos dividindo, diminuindo e desorientando**. Zahar, 2012.

LARA, Ricardo; SILVA, Mauri Antônio da. A ditadura civil-militar de 1964: os impactos de longa duração nos direitos trabalhistas e sociais no Brasil. In: **III International Conference Strikes and Social Conflicts: combined historical approaches to conflict. Proceedings**. CEFID-UAB, 2016. p. 928-943.

LUBISCO, Nídia Maria Lienert; VIEIRA, Sônia Chagas. **Manual de estilo acadêmico: monografias, dissertações e teses**. EDUFBA, 2008.

MARCELINO, G. **As sufragistas e a primeira onda do feminismo**. 2018. Disponível em: <<https://movimentorevista.com.br/2018/02/3801/>>. Acesso em: 18 abr. 2019.

MARMURA, Stephen. A net advantage? The internet, grassroots activism and American Middle-Eastern policy. **New Media & Society**, v. 10, n. 2, p. 247-271, 2008.

MCROBBIE, Angela. Pós-feminismo e cultura popular: Bridget Jones e o novo regime de gênero. **Cartografias: estudos culturais e comunicação**, 2006.

MENDES, Kaitlynn. **Slutwalk: Feminism, activism and media**. Springer, 2015.

MIGUEL, Luís Filipe; BIROLI, Flávia; SALGADO, Susana. Meios de comunicação e política: evolução histórica e comparações entre Brasil e Portugal. **Diálogos Lusófonos em Comunicação e Política**, p. 43-72, 2016.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Diretrizes Nacionais - Femicídio: Investigar, Processar e Julgar. Brasília: 2016. Disponível em:< http://www.onumulheres.org.br/wp-content/uploads/2016/04/diretrizes_femicidio.pdf> . Acesso em: 10 junho 2019.

PATEMAN, C. Críticas feministas à dicotomia público/privado. In: CASTELLS, Carme (orgs). **Perspectivas feministas em teoria política**. Barcelona: Paidós, 1996, p. 55-79.

PINTO, C. R. J. **Uma História do feminismo no Brasil**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2003.

REIS, Paulo HS. Novas formas de campanha política: O uso das NTIC's nas eleições de 2010—o caso Marina Silva. **Revista Pensata**, v. 1, n. 1, p. 44-64, 2011.

REIS, Toni; EGGERT, Edla. Ideologia de gênero: uma falácia construída sobre os planos de educação brasileiros. **Educação & Sociedade**, v. 38, n. 138, 2017.

SAFFIOTI, Heleieth. Gênero, Patriarcado, Violência. São Paulo: Brasil Urgente, 2004.

SAFFIOTI, Heleieth I. B. Gênero, patriarcado, violência. 2 ed. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2011. 152 p.

SALLUM JR, Brasílio. O Brasil sob Cardoso: neoliberalismo e desenvolvimentismo. **Tempo Social**, v. 11, n. 2, p. 23-47, 1999.

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL. PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. 2015. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 22 junho 2019.

SHAO, Chengcheng et al. The spread of fake news by social bots. **arXiv preprint arXiv:1707.07592**, p. 96-104, 2017.

SILVA, Elizabete Rodrigues. Feminismo radical—pensamento e movimento. **Travessias**, v. 2, n. 3, 2008.

STEIL, Carlos Alberto. Eleições, voto e instituição religiosa. **Debates do NER. Porto Alegre. Vol. 2, n. 3 (set. 2001), p. 73-85**, 2001.

STIVAL, M. M.; MARTINS, N. L. S. O que é feminismo? O progresso histórico dos movimentos feministas e a conquista de direitos pelas mulheres. **Revista Jurídica**, v. 15, n. 1, p. 99-111, 2016.

STUMPF, Ida Regina C. et al. Pesquisa bibliográfica. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**, v. 2, p. 51-61, 2005.

WEBER, Max. Relações comunitárias étnicas. **Economia e sociedade**, v. 1, p. 267-277, 1991.

YAMAOKA, Eloi Juniti. O uso da internet. **DUARTE, J. BARROS, A. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas**, p. 146-163, 2012.

ANEXO I – Questionário inicialmente aplicado no grupo do Facebook #EleNão

#EleNão: percepções do movimento

Caros integrantes do #EleNão,

Eu sou estudante do 8º semestre de Comunicação Social na Universidade de Brasília. Estou fazendo minha monografia sobre o grupo #EleNão, sob orientação da prof. dra. Kátia Belisário. Gostaria muito de poder contar com seu apoio respondendo às questões que se seguem. Informo que as suas respostas serão mantidas em anonimato, sendo utilizadas somente para fins acadêmicos. Grata pelo apoio.

Ana Luisa Padilha Figueira,
Estudante de Comunicação
ana.luisa.pf1996@gmail.com

1. Você já participou ou participa de algum outro grupo político além do #EleNão? Se sim, qual?

- Não
- Sim, Lula Livre
- Sim, Marcha da Vadias
- Sim, Movimento do Passe Livre
- Sim, Movimento dos Sem Terra
- Sim, Coletivos Feministas
- Sim, Movimentos LGBT
- Sim, outro (especifique)

2. Marque até três das suas maiores preocupações relacionadas a direitos humanos:

- Violência de gênero
- Homofobia
- Racismo
- Flexibilização de armas
- Militarização nas escolas
- Censura à imprensa/liberdade de expressão
- Outro (especifique)

3. Aponte até três das principais razões para você ter entrado no movimento #EleNão

- Identificação com as propostas de candidatos opositores
- Cunho religioso da campanha de Bolsonaro
- Flexibilização na posse de armas
- Militarização da política
- Violência na campanha de Bolsonaro

- Violência de gênero no discurso de Bolsonaro
- Proposta de armamento da população
- Falta de alinhamento no governo
- Falta de preocupação com minorias
- Fake News
- Outro (especifique)

4. Você acha que o movimento #EleNão tem alcançado conquistas no que diz respeito às pautas de gênero? Se sim, quais?

- Não
- Sim, mais sororidade
- Sim, mais empoderamento feminino
- Sim, mais visibilidade para a causa da igualdade de gênero
- Sim, mais visibilidade para causas LGBT
- Sim, outro (especifique)

5. Sexo

- Mulher
- Homem
- Outro

6. Faixa etária

- Menos de 16 anos
- 16-25 anos
- 26-35 anos
- 36-45 anos
- 46-55 anos
- Mais de 55 anos

7. Ocupação

- Servidor público (a)
- Desempregado (a)
- Serviços domésticos
- Comunicação
- Política
- Economia

- Tecnologia da Informação
- Saúde
- Construção civil
- Administração de empresas
- Estudante
- Outro (especifique)

8. Faixa salarial

- Até dois salários mínimos (R\$ 1995)
- De 2 a 4 salários mínimos (R\$ 1996 - R\$ 3991)
- De 4 a 10 salários mínimos (R\$ 3992 - R\$ 9979)
- De 10 a 20 salários mínimos (R\$ 9980 - R\$ 19959)
- Acima de 20 salários mínimos (R\$ 19960)

9. Região em que habita

- Norte
- Nordeste
- Centro-Oeste
- Sudeste
- Sul
- Fora do país

10. Cor ou raça

- Preta
- Parda
- Indígena
- Amarela
- Branca
- Sem declaração

ANEXO II - Quadro com os dados das postagens de setembro/2018 a janeiro/2019 com o filtro “gênero”

DATA	LINK	TEMA	PALAVRAS-CHAVE	CURTIDAS
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9RxxKkqv/	Comparação Bolsonaro x Jesus	Jesus; Bolsonaro; tortura; pacificadores; ditadura; amar; corruptos; mulheres; afrodescendente; procriador; julgados	14
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9SXnZBrAd/	Convocando mulheres a não votarem no Bolsonaro	Mulher; vota; machista; homofóbico; racista	16
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9WdIyBfNp/	Arte #EleNão + mulher negra	#EleNao	17
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9dkNWB5bm/	Mulheres unidas contra Bolsonaro	Unir; mulherada; Bolsonaro; fraquejada	19
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9dt03hpcN/	Arte mãos unidas + #EleNão	Mulheres; unidas; contra; #EleNão	20
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9eCCCh4tX/	Arte #EleNão	União; 2.2 milhões de mulheres; contra #EleNão	22
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9eIXPBXQ5/	Mobilização de mulheres ao voto consciente	Conscientize; voto; feminista; mulher; não; machista; homofóbico; racista	24
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9hF_mhtOL/	Montagem Mulheres pró Bolsonaro ignorantes	Participe; Whatsapp; mulheres; pró Bolsonaro; ignorantes	50
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9nmXyhwP6/	Frase de Fernanda Montenegro	Mulher; respeita; não; vota; pessoa perturbada; Bolsonaro; Fernanda Montenegro	36
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9oORph4X0/	Arte homem que respeita as mulheres não vota em Bolsonaro	Homem; respeita; mulheres; não; vota; Bolsonaro	30
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9oWfOhvOx/	Arte mulheres gritando #EleNao	#EleNao	21

20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9o2kcBZci/	Arte mulheres gritando #EleNÃO empurrando pé de sapato	#EleNÃO	56
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9o_ROBrMv/	Arte mulheres unidas contra Bolsonaro	Mulheres; unidas; contra; Bolsonaro; machista; misógino; racista; homofóbico	37
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9qWTZBcoe/	Frase de Bolsonaro: "Pobre não tem que ter filho"	Mãe; brasileira; fim de creches; bolsa família; pobre; não; filho	38
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn-H1m1BrT1/	Argumentos contra ele	Argumentos; contra; ele; ofende; mulheres; negros; índios; LGBTs; auxílio moradia; lavou dinheiros; tripé econômico; funcionária fantasma	36
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoASsSIHNen/	Arte #EleNÃO + mulher	#EleNÃO	33
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoATANCnL05/	Comentário do Pedro Nercessian criticando mulher e negro que votam em Bolsonaro	Mulher; negro; Bolsonaro presidente; boneco de neve do Frozen; abraço bem quente	110
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoATHueH0cg/	Arte associando #EleNÃO à Claudia Raia	#Elenão; @claudiaraiia	36
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoATOXSny_2/	Frase de Bolsonaro: "Mulher tem que ganhar menos porque engravida"	Mulher; ganhar menos; engravida	44
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoAXyxXncOn/	Vídeo atrizes contra Bolsonaro	#EleNÃO	197
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLRI8HA9f/	Arte mulher negra com escrito #EleNÃO	#EleNÃO	39
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLccpHM5q/	Punhos erguidos com unhas pintadas escrito #EleNÃO	#EleNÃO	30

22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLywMnm8y/	Mulher gritando Ele Não com uma camiseta escrita "Lute como uma garota"	Lute; garota; ele não	23
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCMIIsAHZKk/	Mafalda gritando #EleNão	#EleNão	24
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCMPRBH zrH/	Ideais e ações que #EleNão faz ou prega	#EleNão; mulheres; LGBTs; índios; negros; Brasil; segurança pública; 27 anos de mandato; história do Brasil; ódio; democracia	26
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCMTchnaSF/	Arte oficial Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Mulheres; Unidas; Contra; Bolsonaro	21
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoEqdwn5gC/	Frase de Bolsonaro falando da filha: fraquejada	4 homens; fraquejada; 1 mulher	29
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoEqi6qHJx/	Frase de Bolsonaro falando que mulher deve ganhar menos porque engravida	Mulher; salário menor; engravida	37
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoEq59pnXAT/	Arte para marcar gênero: marca "contra Bolsonaro"	Homem; mulher; contra Bolsonaro	31
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7TG5ntwl/	Convocando para a marcha contra Bolsonaro em Maceió	Mulheres; LGBTQI+; contra Bolsonaro; Maceió; Ele não	20
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7f0lnSL/	Talíria Petrone falando sobre assassinato de Marielle Franco	Vice de Bolsonaro; "enchendo o saco"; quem matou Marielle; bárbara execução; desumanidade; desrespeitos; respostas	34

23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7jETn5ta/	Frase de Bolsonaro sobre a deputada Maria do Rosário não merecer ser estuprada	Estuprar; merece; feia; discurso de ódio; opinião; cultura de paz	42
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFbfwRnXrl/	Vídeo da Anitta falando porque apoia o #EleNão	Anitta; #EleNão; democracia; homofobia	364 visualizações
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFfZ0KHmOy/	Vídeo convocando marcha #EleNão na Bahia	Racismo; homofobia; fascismo; violência; ele não; mulheres; Bahia	144 visualizações
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFnnk0HAI/	Vídeo da atriz Letícia Sabatela falando porque ela participa do #EleNão e convocando para as marchas	#EleNão; Fascismo; marcha; juntos; mulher	315 visualizações
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFu6QAHuNv/	Manifestação de mulheres contra o fascismo	Mulheres; manifestação; fascismo; direitos; #EleNão	69
24/09/18	https://www.instagram.com/p/BoIB1W0n6oS/	Camiseta pintada escrito Ele Não e o símbolo feminino	Ele Não	69
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKVWPtH9XW/	Número de mulheres que aderiram ao #EleNão	Mulheres unidas; #EleNão	63
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKvTffnv/	Dicas para as manifestações que aconteceram em 29/09	#EleNão; segurança; organização; mulheres; manifestantes	63
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKZQOdnKB/	Personagens femininas apoiando o #EleNão	#EleNão	58
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKaTf_Hs86/	Continuação do post anterior	#EleNão	52

25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKavg_HZPZ/	Mais personagens (masculinos e femininos) com a imagem do #EleNão	#EleNão	33
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKbG3CneyY/	Celebridade e personagens apoiando o #EleNão	#EleNão	61
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKcSPLn4fb/	Vídeo de atrizes apoiando o #EleNão	#EleNão; machista	348 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKe_1nyHD/	Vídeo do ator Paulo Gustavo falando porque não vai votar no Bolsonaro	Paulo Gustavo; democracia; ditadura; mulheres; racista; homofóbico	476 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKjbrvnBnt/	Vídeo de mulheres cantando Ele não, ele nunca	Ele não; ele nunca	312 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKwDCWnK1R/	Vídeo chamando as mulheres para o ato em Fortaleza	Ato; Fortaleza; machismo; medo; mulher; #EleNão; fascismo; amigas; mulheres sem medo	140 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKx-VMHoJG/	Vídeo da atriz Bruna Linzmeyer falando porque ela participa do #EleNão	#EleNão; mulher; sapato; racista; misógino; homofóbico	609 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKzmPJH4ZZ/	Vídeo da cantora Aline Calixto mostrando a blusa escrita Ele Não	#EleNão	278 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNNBYtnmFd/	Vídeo convocando todas as mulheres para o #EleNão	Mulheres; #EleNão; ruas	156 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNQPxOH8T/	Vídeo do ator Danilo Mesquita falando porque ele apoia o #EleNão	#EleNão; mentira; corrupção; democracia; racista; machista; homofóbico; polícia mais mata; arma	15356 visualizações

26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNeNsDHkhE/	Policiais antifascismo estarão presentes no ato Mulheres Contra Bolsonaro	Mulheres; policiais; ato; antifascismo	1442 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNgaqZnr9e/	Vídeo da cantora Pabblo Vittar cantando e gritando Ele não	Pabblo Vittar; #EleNão	388 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNjlJHnIIF/	Vídeo da cantora Vanessa da Mata falando que uma pessoa sem empatia não pode governar um país	Vanessa da Mata; #EleNão; mulher; empatia; negro; gay	415 visualizações
27/09/18	https://www.instagram.com/p/BoP5ub9Hru5/	Foto de um homem machucado com bandeira gay pintada no rosto e escrito Ele não	Ele não	3821
27/09/18	https://www.instagram.com/p/BoP6jFlnTYn/	Vídeo da atriz Giovanna Grigio falando porque apoia o #EleNão	Retrocesso; fascista; machista; homfóbico; ele nunca; família	1299 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoT2e5DHX-M/	Mulher transexual machucada e com a roupa rasgada escrito #EleNão	#EleNão	128
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUFPQIAIVZ/	Foto da Madonna com a #EleNão	#EleNão; calar; freedom	124
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUF0aBg1dw/	Vídeo de mulher gritando Ele não pela janela	Ele não	536 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUGj4UgOWD/	Vídeo da cantora Daniela Mercury falando porque apoia o #EleNão	Machista; homofóbico; racista; #EleNão; mulheres brasileiras; democracia	359 visualizações

29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUJFZyg8gX/	Vídeo da manifestação #EleNão com as mulheres cantando a música oficial do movimento	Resistência; ódio; #EleNão; opressor; mulheres	1390 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUJ5HxgW3v/	Vídeo da manifestação #EleNão	#EleNão; opressão; mulheres	1409 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUKbEsAgrT/	Vídeo da manifestação #EleNão com as mulheres cantando que vão derrotar o Bolsonaro	Bolsonaro; mulherada	4544 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoULRzlgA6g/	Vídeo de mulheres cantando: Sou feminista, não abro mão de derrotar o fascista na eleição	Feminista; fascista; derrotar; eleição	5098 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoU5n7XAnXY/	Vídeo das manifestantes gritando #EleNão (Cinelândia)	#EleNão	387 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoU6fwWA9G6/	Vídeo do #EleNão em São Paulo	#EleNão; mulheres; LGBTs; índios; negros; Brasil; segurança pública; 27 anos de mandato; história do Brasil; ódio; democracia	605 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoU89O9gE2y/	Vídeo da cantora Daniela Mercury em manifestação do #EleNão cantando a música oficial	Bahia; Ele não; luta; amor	395 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXYpsfArpI/	Vídeo das manifestações #EleNão no Brasil	#EleNão; mulherada	929 visualizações

30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXiq6igzww/	Vídeo da manifestação #EleNão com as mulheres cantando que o Bolsonaro vai cair nas eleições	#EleNão; Bolsonaro; eleição	1343 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXyf-EAHcR/	Vídeo da manifestação #EleNão com a música da Elis Regina (Maria Maria)	Fascismo; feminino; primavera (feminista); #OFilhoDeleTambém Não; vitória; fraquejada	1555 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXz2UOAmx1/	Vídeo da manifestação #EleNão com as mulheres gritando Ele nunca, Ele não	#EleNunca; #EleNão; mulheres; povo brasileiro	174 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoX00-bgveL/	Vídeo da parada LGBT com as pessoas cantando #EleNão	Ele não	756 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoX1HqYgec8/	Foto da manifestação #EleNão em Curitiba	Mulheres; fascismo; Lula	180
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoX1HqYgec8/	Vídeo da manifestação #EleNão convocando as pessoas para irem às ruas	Feminista; não; #EleNão; #OFilhoDeleTambém Não; voto; fascista; rua	283 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaOx7tgx8E/	Vídeo da dupla Anavitória erguendo a bandeira #EleNão em um show	#EleNão	16710 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaPKklgwoU/	Vídeo da manifestação #EleNão em Paris	Fascismo; ódio; amor; mulheres; resistência; #EleNão	149 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaQbYMgvUo/	Vídeo da manifestação #EleNão na Paraíba	Brasil; homofóbico; machista; #EleNão; mulherada	247 visualizações

01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaSx0_AK1P/	Foto da manifestação #EleNão em que uma mulher seminua carrega um cartaz	#EleNão; mulher	136
02/10/18	https://www.instagram.com/p/Boc-eT9gQeb/	Arte falando que mais de um milhão de mulheres foram às manifestações do #EleNão	Mulheres, ruas, #EleNão	188
02/10/18	https://www.instagram.com/p/Boc-7-ggBkF/	Foto de uma mulher negra vestida com a bandeira LGBT e escrito #EleNão	#EleNão	134
09/10/18	https://www.instagram.com/p/Bou5JkdhPJ/	Propostas Bolsonaro x Haddad	Direitos; trabalhistas; licença maternidade; universidades públicas; domésticas; pobreza;	101
10/10/18	https://www.instagram.com/p/BoxU5rPg4D9/	Vídeo da Mulher-Maravilha escrito "indo votar"	Votar; resistência; fake news; fascismo; Bolsominions; fé; bons	543
11/10/18	https://www.instagram.com/p/BozJNaVAUz9/	Parede escrita morte aos LGBTs e gays	Bolsomito; morte; negros; gays; lésbicas	174
11/10/18	https://www.instagram.com/p/BozM2moAG2u/	Vídeo falando sobre a morte de Marielle e do mestre de capoeira Romualdo Rosário da Costa	Assassinaram; Mariell; piranha; mestre de capoeira; 12 facadas; estudante; massacre; MST	457 visualizações
11/10/18	https://www.instagram.com/p/Bozen_RArS/	Arte falando que Kit Gay é fake news	Kit gay; fake news; crime	113
11/10/18	https://www.instagram.com/p/BozeL7gBtk/	Arte falando de novas hashtags do #EleNão	Hashtags; mídia; Haddad; Manu; democracia; mulheres; fascismo	105
11/10/18	https://www.instagram.com/p/Boze7GrARuG/	Vídeo de declarações do Bolsonaro sobre o Bolsa Família	Bolsa Família; voto; mentira; Nordeste; grávida; geladeira; trabalhar; voto de cabresto	472 visualizações

12/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo1phlXAoJk/	Vídeo do candidato Boulos falando que apoia o Haddad	Democracia; ditadura; fascista; racista; machista; homofóbico; #EleNão; medo	379 visualizações
12/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo14SXRv3/	Arte ironizando argumentos para votos no Bolsonaro	Gay; Bolsonaro; ditadura; comunista; cidadão de bem; empregada; brancos; apanho porque mereço; pretos; Donald Trump	160
12/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo15Qqpg7Q7/	Print de publicação do youtuber Carlinhos Maia falando contra Bolsonaro	Machista; homofóbico; racista; #EleNunca	205
12/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo18tM2ASib/	Arte com frases de Bolsonaro	Jair Bolsonaro; ódio; fascismo; preconceito; ditadura; torturar; mulher negra; filho homossexual; estupro; não merece	52
12/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo1963Igb3M/	Arte de armas apontadas para uma pessoa com a bandeira LGBT	Medo	87
13/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo30RPrgtAA/	Vídeo mostrando como Bolsonaro votou em temas importantes para o Brasil	Bolsonaro; votou; Brasil; reforma trabalhista; salário mínimo; licença maternidade; empregadas domésticas; 13º salário; aposentadoria; direitos	411 visualizações
13/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo32fxRAO6h/	Print de conversa em que eleitor de Bolsonaro xinga um homem	<i>Viadinho</i> ; feministas; nordestinos; morte	83
13/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo4QG6KghrY/	Arte comparando propostas de Haddad e Bolsonaro	Saúde; gestantes; vítimas de estupro; HIV; meio ambiente; segurança; educação; economia; equidade salarial;	96
14/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo7OxFLgAR1/	Foto formando o nome Marielle	Marielle	149

14/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo7O3kRAVTh/	Vídeo falando sobre respeitar gays e deficientes no metrô	Gays; deficientes; judeus; negros	604 visualizações
14/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo7R97sA57M/	Vídeo de Haddad desmentindo Kit Gay	Kit Gay; mentira; armar pessoas; debate	439 visualizações
15/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo9ECbugWcl/	Vídeo de uma mulher recitando uma poesia chamando Bolsonaro de fascista	Fascista; Lampião; volta para a cozinha; volta para o armário; volta para a senzala; paz	721 visualizações
15/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo9Xe_rgmP4/	Arte sobre o Kit Gay	Não existe; Kit Gay; Escola sem Homofobia; discriminação; direitos humanos	94
17/10/18	https://www.instagram.com/p/BpDPxgsgzXP/	Arte listando preconceitos que o Bolsonaro já falou sobre	Machismo; racismo; homofobia; não; misoginia; xenofobia; ódio; violência; intolerância; fascismo	196
17/10/18	https://www.instagram.com/p/BpDWhqcAmV0/	Lista de filmes históricos	Sufragistas; A vida é bela; Estrelas além do tempo; vingança; A lista de Schindler; A menina que roubava livros; história	123
17/10/18	https://www.instagram.com/p/BpDZIO-gQFb/	Arte falando que para as minorias se unirem	Pobres; negros; nordestinos; mulheres; LGBTQs	141
20/10/18	https://www.instagram.com/p/BpK42ZpBGiM/	Print do youtuber Gustavo Rocha falando que homossexuais não deveriam apoiar o Bolsonaro	Maquiagem; LGBTQ+; morrer; lutar; existência; homossexualidade; doença	234
20/10/18	https://www.instagram.com/p/BpLKe1Vh_A/	Vídeo associando Bolsonaro à violência que aconteceu durante as eleições e o chamando de homofóbico	Gay; Hitler; meu país; índio; nordestino; amigo afeminado; sangue; homofóbico	466 visualizações

22/10/18	https://www.instagram.com/p/BpPMDpDgoW9/	Foto de uma senhora negra apoiando o Haddad	Haddad; guerreira; esperança	151
22/10/18	https://www.instagram.com/p/BpPQDrcg5id/	Foto de Olga Benário informando que ela foi entregue a Hitler grávida	STF; 1936; Olga Benario; grávida; morta; Hitler	159
27/10/18	https://www.instagram.com/p/BpdHXeRAZKK/	Vídeo de mulher escrevendo 13 no rosto	Política; futilidade; 13; batom	550 visualizações
13/11/18	https://www.instagram.com/p/BqGpUhFh19v/	Depoimento de Claudia Leite sobre o assédio que sofreu no programa do Silvio Santos	Assédio; amor; constrangida; mulheres; vítimas; roupa	140
15/11/18	https://www.instagram.com/p/BqNnimxgFsm/	Arte de uma família silenciando as mulheres	Mulheres; silenciamento; violência	199
04/01/19	https://www.instagram.com/p/BsN9cesATj8/	Arte problematizando a fala da ministra Damares Alves que meninos vestem azul e meninas vestem rosa	Menino; azul; menino; rosa; marido; esposa; mulher; calada; preto; algema; viado; porrada; rico; fortuna; pobre; nada	70
04/01/19	https://www.instagram.com/p/BsONP-dgL5k/	Vídeo de Damares Alves saindo da loja constrangida por usar azul	Damares Alves; constrangida; menino; menina	675 visualizações
04/01/19	https://www.instagram.com/p/BsOY1mTg_VG/	Foto do ator Bruno Gagliasso usando rosa para contrariar a fala da ministra	Cor; gênero	77
05/01/19	https://www.instagram.com/p/BsQVvxxA2Nn/	Arte falando que cor não tem gênero	Cor; gênero	64
15/01/19	https://www.instagram.com/p/BsqIIYVARhx/	Arte pedindo justiça à Marielle	Marielle; justiça	33

20/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs3_lhzgiOv/	Montagem do Big Brother Brasil em que homem reclama que olharam para o seu pênis	Gay; bunda; mulher	94
21/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs6Dt_6Av5b/	Foto das manifestações em que há uma bandeira LGBT diz que Deus ama todas as pessoas	Deus; ama; pessoas	131
21/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs6noTggc8y/	Arte falando Marielle presente	Marielle	79
22/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs8j-69g4sL/	Print relacionando morte de Marielle com Flávio Bolsonaro	Flávio Bolsonaro; Marielle Franco	82
22/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs8liKUgmVM/	Print da Bcharts relacionando morte de Marielle com Flávio Bolsonaro	Globo; Flávio Bolsonaro; Marielle	100
22/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs8lr8Gg-gT/	Arte listando os crimes que Bolsonaro cometeu ou cometeu	Tortura; racismo; homofobia; machismo; misoginia; arma; violência; agredir; matar; mentir; caixa 2; lavar dinheiro; baixaria; debate; PT	108
22/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs9OI2LARTx/	Arte relacionando milicianos ao Flávio Bolsonaro	Milicianos; assassinato; Marielle; Flávio Bolsonaro	74
24/01/19	https://www.instagram.com/p/BtCfWowhiKX/	Arte falando sobre o Jean Wyllys ter saído do país	Respeita; Jean; Jair; LGBT	213
25/01/19	https://www.instagram.com/p/BTEGkCAhokc/	Print criticando a postura do presidente ao falar sobre a saída de Jean Wyllys do país	Presidente de verdade; Jean Wyllys; ameaças de morte	65

Fonte: Autoria própria.

ANEXO III – Quadro com dados das postagens de setembro a outubro/2018 e janeiro/2019 com o filtro “mulheres, ativismo e eleições”

DATA	LINK	TEMA	PALAVRAS-CHAVE	CURTIDAS
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9dkNWB5bm/	Mulheres unidas contra Bolsonaro	Unir; mulherada; Bolsonaro; fraquejada	19
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9dt03hpcN/	Arte mãos unidas + #EleNão	Mulheres; unidas; contra; #EleNão	20
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9eIXPBXQ5/	Mobilização de mulheres ao voto consciente	Conscientize; voto; feminista; mulher; não; machista; homofóbico; racista	24
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9oWfOhvOx/	Arte mulheres gritando #EleNao	#EleNão	21
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9o2kcBZci/	Arte mulheres gritando #EleNão empurrando pé de sapato	#EleNão	56
20/09/18	https://www.instagram.com/p/Bn9o_ROBrMv/	Arte mulheres unidas contra Bolsonaro	Mulheres; unidas; contra; Bolsonaro; machista; misógino; racista; homofóbico	37
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoASsSIHNen/	Arte #EleNão + mulher	#EleNão	33
21/09/18	https://www.instagram.com/p/BoAXyxXncOn/	Vídeo atrizes contra Bolsonaro	#EleNão; @leandraleal; @cissaguimaraes; @nandaleaobarretto; @oficialdricamoraes; @claudiaraiia; @caiapitanga; @dedesecco; @iza; @marianaxavieroficial; @mariaaribeiro; @thatytaranto; @deborafalabellaoficial; @pitty; @sashameneghel; @patriciapillar; @renatasouzario	197
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLRI8HA9f/	Arte mulher negra com escrito #EleNão	#EleNão	39
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLccpHM5q/	Punhos erguidos com unhas pintadas escrito #EleNão	#EleNão	30
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCLywMnm8y/	Mulher gritando Ele Não com uma camiseta escrita "Lute como uma garota"	Lute; garota; ele não	23
22/09/18	https://www.instagram.com/p/BoCMTchnaSF/?utm_source=ig_web_copy_link	Arte oficial Mulheres Unidas Contra Bolsonaro	Mulheres; Unidas; Contra; Bolsonaro	21
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7TG5ntwl/	Convocando para a marcha contra Bolsonaro em Maceió	Mulheres; LGBTQI+; contra Bolsonaro; Maceió; Ele não	20

23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoE7f0lnlSL/	Print de tuíte da deputada Talíria Petrone falando sobre Mourão reclamar de quem pergunta quem matou a vereadora Marielle Franco	Vice de Bolsonaro; "enchendo o saco"; quem matou Marielle; bárbara execução; desumanidade; desrespeitos; respostas	34
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFbfwRnXrl/	Vídeo da Anitta falando porque apoia o #EleNão	Anitta; #EleNão; democracia; homofobia	364 visualizações
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFfZ0KHmOy/	Vídeo convocando marcha #EleNão na Bahia	Racismo; homofobia; fascismo; violência; ele não; mulheres; Bahia	144 visualizações
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFnnkOHA1/	Vídeo da atriz Letícia Sabatela falando porque ela participa do #EleNão e convocando para as marchas	#EleNão; Fascismo; marcha; juntos; mulher	315 visualizações
23/09/18	https://www.instagram.com/p/BoFu6QAHuNv/	Manifestação de mulheres contra o fascismo	Mulheres; manifestação; fascismo; direitos; #EleNão	69
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKVWPtH9XW/	Número de mulheres que aderiram ao #EleNão	Mulheres unidas; #EleNão	63
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKcSPLn4fb/	Vídeo de atrizes apoiando o #EleNão	Ele não; machista	348 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKjbrvnBnt/	Vídeo de mulheres cantando Ele não, ele nunca	Ele não; ele nunca	312 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKwDCWnK1R/	Vídeo chamando as mulheres para o ato em Fortaleza	Ato; Fortaleza; machismo; medo; mulher; #EleNão; fascismo; amigas; mulheres sem medo	140 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKx-VMHoJG/	Vídeo da atriz Bruna Linzmeyer falando porque ela participa do #EleNão	Ele não; mulher; sapatão; rascista; misógino; homofóbico	609 visualizações
25/09/18	https://www.instagram.com/p/BoKzmPJH4ZZ/	Vídeo da cantora Aline Calixto mostrando a blusa escrita Ele Não	Ele não	278 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNNBYtnmFd/	Vídeo convocando todas as mulheres para o #EleNão	Mulheres; Ele não; ruas	156 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNgaqZnr9e/	Vídeo da cantora Pabblo Vittar cantando e gritando Ele não	Pabblo Vittar; Ele não	388 visualizações
26/09/18	https://www.instagram.com/p/BoNjIjHnIIF/	Vídeo da cantora Vanessa da Mata falando que uma pessoa sem empatia não pode governar um país	Vanessa da Mata; #EleNão; mulher; empatia; negro; gay	415 visualizações
27/09/18	https://www.instagram.com/p/BoP6jFInTYn/	Vídeo da atriz Giovanna Grigio falando porque apoia o #EleNão	Retrocesso; fascista; machista; homofóbico; ele nunca; família	1299 visualizações

29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoT2e5DhX-M/	Mulher transexual machucada e com a roupa rasgada escrito #EleNã	#EleNã	128
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUFQIAIVZ/	Foto da Madonna com a #EleNã	#EleNã; calar; freedom	124
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUF0aBg1dw/	Vídeo de mulher gritando Ele não pela janela	Ele não	536 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUGj4UgOWD/	Vídeo da cantora Daniela Mercury falando porque apoia o #EleNã	Machista; homofóbico; racista; #EleNã; mulheres brasileiras; democracia	359 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUJFZyg8gX/	Vídeo da manifestação #EleNã com as mulheres cantando a música oficial do movimento	Resistência; ódio; #EleNã; opressor; mulheres	1390 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUJ5HxgW3v/	Vídeo da manifestação com mulheres gritando #EleNã	#EleNã; opressão; mulheres	1409 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoUKbEsAgrT/	Vídeo da manifestação #EleNã com as mulheres cantando: Bolsonaro pode esperar, a mulherada vai te derrotar	Bolsonaro; mulherada	4544 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoULRzlgA6g/	Vídeo da manifestação #EleNã com mulheres cantando: Sou feminista, não abro mão de derrotar o fascista na eleição	Feminista; fascista; derrotar; eleição	5098 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoU5n7XAnXY/	Vídeo das manifestantes gritando #EleNã (Cinelândia)	#EleNã	387 visualizações
29/09/18	https://www.instagram.com/p/BoU89O9gE2y/	Vídeo da cantora Daniela Mercury em manifestação do #EleNã cantando a música oficial	Bahia; Ele não; luta; amor	395 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXYpsfArpI/	Vídeo das manifestações #EleNã no Brasil com mulheres cantando "a mulherada vai te derrotar"	#EleNã; mulherada	929 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXi6igzqw/	Vídeo da manifestação #EleNã com as mulheres cantando que o Bolsonaro vai cair nas eleições	#EleNã; Bolsonaro; eleição	1343 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXyf-EAHcR/	Vídeo da manifestação #EleNã com a música da Elis Regina (Maria Maria)	Fascismo; feminino; primavera (feminista); #OFilhoDeleTambémNã o; vitória; fraquejada	1555 visualizações
30/09/18	https://www.instagram.com/p/BoXz2UOAmx1/	Vídeo da manifestação #EleNã com as mulheres gritando ele nunca, ele não	#EleNunca; #EleNã; mulheres; povo brasileiro	174 visualizações

01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoX1HqYgec8/	Vídeo da manifestação #EleNão convocando as pessoas para irem às ruas e falando que o voto será feminista	Feminista; não; #EleNão; #OFilhoDeleTambémNã o; voto; fascista; rua	283 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaOx7tgx8E/	Vídeo da dupla Anavitória erguendo a bandeira #EleNão em um show	#EleNão	16710 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaPKklgwU/	Vídeo da manifestação #EleNão em Paris com mulheres cantando a música oficial	Fascismo; ódio; amor; mulheres; resistência; #EleNão	149 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaQbYMgvUo/	Vídeo da manifestação #EleNão na Paraíba com mulheres falando que vão derrotar o Bolsonaro	Brasil; homofóbico; machista; #EleNão; mulherada	247 visualizações
01/10/18	https://www.instagram.com/p/BoaSx0_AK1P/	Foto da manifestação #EleNão em que uma mulher seminua carrega um cartaz	#EleNão; mulher	136
02/10/18	https://www.instagram.com/p/Boc-eT9gQeb/	Arte falando que mais de um milhão de mulheres foram às manifestações do #EleNão	Mulheres, ruas, #EleNão	188
02/10/18	https://www.instagram.com/p/Boc-7-ggBkF/	Foto de uma mulher negra vestida com a bandeira LGBT e escrito #EleNão	#EleNão	134
14/10/18	https://www.instagram.com/p/Bo7OxFLgAR1/	Foto formando o nome Marielle	Marielle	149
17/10/18	https://www.instagram.com/p/BpDZIO-gQFb/	Arte falando que para as minorias se unirem	Pobres; negros; nordestinos; mulheres; LGBTQs	141
22/10/18	https://www.instagram.com/p/BpPMDpDgoW9/	Foto de uma senhora negra apoiando o Haddad	Haddad; guerreira; esperança	151
22/10/18	https://www.instagram.com/p/BpPQDrcg5id/	Foto de Olga Benário informando que ela foi entregue a Hitler grávida	STF; 1936; Olga Benario; grávida; morta; Hitler	159
27/10/18	https://www.instagram.com/p/BpdHXeRAZK/	Vídeo de mulher escrevendo 13 no rosto	Política; futilidade; 13; batom	550 visualizações
04/01/19	https://www.instagram.com/p/BsN9cesATj8/	Arte problematizando a fala da ministra Damares Alves que meninos vestem azul e meninas vestem rosa	Menino; azul; menino; rosa; marido; esposa; mulher; calada; preto; algema; viado; porrada; rico; fortuna; pobre; nada	70
05/01/19	https://www.instagram.com/p/BsQVyx2Nn/	Arte falando que cor não tem gênero	Cor; gênero	64
21/01/19	https://www.instagram.com/p/Bs6noTggc8y/	Arte falando Marielle presente	Marielle	79

Fonte: Autoria própria

Setembro/2018 (cont...)



B) Outubro/2018



Outubro/2018 (cont...)



C) Janeiro/2019

