



UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS ERECHIM
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO INTERDISCIPLINAR EM CIÊNCIAS
HUMANAS

DIULIA LUÍSA HARTMANN SOARES

#ELENÃO E A QUARTA ONDA DO FEMINISMO NO BRASIL: MOVIMENTOS DE
MULHERES NO TWITTER DURANTE AS ELEIÇÕES 2018

ERECHIM
2021

DIULIA LUÍSA HARTMANN SOARES

**#ELENÃO E A QUARTA ONDA DO FEMINISMO NO BRASIL: MOVIMENTOS DE
MULHERES NO TWITTER DURANTE AS ELEIÇÕES 2018**

Dissertação apresentada ao Mestrado Interdisciplinar
em Ciências Humanas da Universidade Federal da
Fronteira Sul – Campus Erechim, como requisito
parcial para a obtenção do título de Mestra.
Orientador: Prof. Dr. Gérson Wasen Fraga

**ERECHIM
2021**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL - CAMPUS ERECHIM
ERS 135 - Km 72, n. 200
Zona Rural, Erechim, RS- Brasil
Caixa Postal 764
CEP 99700-970

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Soares, Diulia Luisa Hartmann

#EleNãO e a Quarta Onda do Feminismo no Brasil:
movimentos de mulheres no Twitter durante as Eleições
2018 / Diulia Luisa Hartmann Soares. -- 2021.
141 f.

Orientador: Doutor Gérson Wasen Fraga

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal da
Fronteira Sul, Programa de Pós-Graduação
Interdisciplinar em Ciências Humanas, Erechim, RS, 2021.

1. Ativismo Digital. 2. Eleições 2018. 3. #EleNãO. 4.
Feminismo. 5. Mídias sociais. I. Fraga, Gérson Wasen,
orient. II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III.
Título.

DIULIA LUÍSA HARTMANN SOARES

**#ELENÃO E A QUARTA ONDA DO FEMINISMO NO BRASIL: MOVIMENTOS DE
MULHERES NO TWITTER DURANTE AS ELEIÇÕES 2018**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS) como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Ciências Humanas, defendida em banca examinadora em 08/02/2021.

Orientador: Prof. Dr. Gérson Wasen Fraga

Aprovado em: 08/02/2021

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Gérson Wasen Fraga (UFFS)
Presidente da Banca – Orientador

Prof^a. Dra. Kelly Cristina de Souza Prudêncio (UFPR)
Membro titular externo

Prof^a. Dra. Ivone Maria Mendes Silva (UFFS)
Membro titular interno

Prof.

Membro suplente

Erechim/RS, janeiro de 2021.

DEDICATÓRIA

Dedico, com convicção e coragem, a todos aqueles que têm fé na luta. Mesmo perdendo a conta de quantas vezes ensaiou a desistência. Mesmo tendo recuado outras tantas para se recuperar. Este trabalho, neste momento, construído a partir de uma trajetória de muita luta, diz a única coisa importante que é preciso saber: **é possível**. Dedico aos que vieram antes de mim e abriram caminho para eu estar aqui hoje e a todos aqueles que virão depois, seguindo as diversas trilhas que podem seguir. E, principalmente, àqueles, no tempo que for, que eu consegui tocar com este trabalho.



AGRADECIMENTOS

A todos que passaram por mim ao longo da vida e contribuíram com cada detalhe que me conduziu até o momento em que estive pronta para aceitar o desafio de constituir uma pesquisa científica e colocar meu nome na lista restrita das pessoas que ainda ousam buscar no conhecimento a construção de dias melhores. Agradeço, desde já, também àqueles que seguirem investindo em ciência e cidadania e que viram aqui, neste trabalho, uma forma de auxílio. Mas, principalmente, gostaria de agradecer a todas as minhas versões anteriores que desistiram da ideia de desistir e tornaram possível que a Diulia de hoje se tornasse Mestre. Com orgulho, também aos parceiros desta trajetória: Fraga, orientador e professor no sentido mais genuíno da palavra, e aos meus queridos Rafa e João.

Ante esta realidade assustadora que através de todo o tempo humano deve ter parecido uma utopia, nós, os inventores de fábulas, que acreditamos em tudo, nos sentimos no direito de acreditar que ainda não é tarde demais para nos engajarmos na criação da utopia contrária. Uma nova e avassaladora utopia da vida, onde ninguém possa decidir por outros até mesmo a forma de morrer, onde o amor provará que a verdade e a felicidade são possíveis e onde as estirpes condenadas a cem anos de solidão tenham, finalmente e para sempre, uma segunda oportunidade sobre a terra.

Gabriel García Márquez, 8.12.1982

RESUMO

As direitas emergentes têm trazido consigo discursos que já se acreditavam superados desde a redemocratização no Brasil. Em meio a esse cenário, as eleições 2018 no país engajaram candidatos e apoiadores alinhados a esses discursos, o que provocou um movimento de resposta inédito até então. Por intermédio da comunicação digital, um dos alicerces da quarta onda do feminismo, mulheres de todo o país se organizaram e foram às redes e às ruas dizer “ele não!”, referindo-se ao então candidato Jair Bolsonaro. O #EleNao é um marco autêntico desta nova onda no Brasil. Nesta dissertação, o assunto é tratado de maneira a apresentar um panorama dessa articulação a partir, principalmente, das vozes que vêm das pessoas que utilizaram a *hashtag* no Twitter. Buscamos entender de que forma a internet, por meio da mídia social, tem influenciado as maneiras de luta, de debate e de expressão vivenciadas na atualidade. Para atingir esse objetivo é analisado o cenário das eleições de 2018 a partir do protesto encabeçado por mulheres, o “Ele Não”, e suas manifestações no Twitter, por meio da *hashtag*, ferramenta que foi originada na mídia social citada. O trabalho se desenvolve a partir da Teoria Fundamentada, perspectiva empirista de pesquisa e construção dos conceitos que emergem do próprio campo, e integra características que estão sendo fundamentais da quarta onda. Assim, foi delimitado o teto de 1.500 postagens para análise a partir da segmentação de 500 tweets por data-chave observada: o dia 28 de setembro, dia da manifestação nas ruas, e os dias 7 e 28 de outubro, primeiro e segundo turno das eleições. A seleção levou em conta a análise de 250 tweets “Mais recentes” e 250 tweets “Principais”. A pesquisa de campo retornou 1.021 postagens, o que representa 68% do recorte proposto, que foram tabulados, classificados e analisados para se chegar às considerações desta pesquisa. O recorte aponta que o #EleNao foi uma movimentação originada por pessoas comuns (92,6%) e móveis (74,4%), forte o suficiente para impactar um país inteiro. Apesar de ser um movimento composto por poucos ativistas (20,6%), conquista muitos apoiadores (59,8%) e espectadores (8%) mesmo com poucos divulgadores (5,4%); ou seja, se confirma sua capacidade de espalhamento pelas veias da comunicação digital. Essa troca entre agente-mundo-agente foi 100% realizada por textos. Consideramos questões muito pertinentes para a análise desenvolvida as Fake News, a autocomunicação de massa, o fascismo, o empoderamento feminino e a midiatização do ativismo. Além disso, as configurações atuais das novas-direitas, a trajetória do feminismo na América Latina e como se tem enxergado a quarta onda do movimento feminista no Brasil. Recomenda-se que haja um avanço desse estudo no sentido de entender de que maneira foram aproveitadas as oportunidades políticas em prol dos movimentos de mulheres e como o repertório de confrontos levou à ampliação, reorganização e mobilização mais ativa e frequente das mulheres.

Palavras-chave: Ativismo digital. Eleições 2018. #EleNao. Feminismo. Mídias sociais.

RESUMEN

Los derechos emergentes han traído consigo discursos que se creían superados desde la redemocratización en Brasil. En medio de este escenario, las elecciones de 2018 en el país involucraron a candidatos y simpatizantes alineados con estos discursos, lo que provocó un movimiento de respuesta sin precedentes hasta entonces. A través de la comunicación digital, uno de los pilares de la cuarta ola del feminismo, mujeres de todo el país se organizaron y salieron a las redes ya las calles a decir “¡no!”, Refiriéndose al entonces candidato Jair Bolsonaro. #EleNao es un auténtico hito de esta nueva ola en Brasil. En esta disertación se trata el tema de manera que se presente un panorama de esta articulación a partir, principalmente, de las voces que provienen de las personas que utilizaron el hashtag en Twitter. Buscamos entender cómo internet, a través de las redes sociales, ha influido en las formas de lucha, debate y expresión que se viven hoy. Para lograr este objetivo, se analiza el escenario de las elecciones de 2018 a partir de la protesta liderada por mujeres, el “Él no lo hace”, y sus manifestaciones en Twitter, a través del hashtag, herramienta que se originó en las mencionadas redes sociales. El trabajo se desarrolla desde la Grounded Theory, una perspectiva empirista de investigación y construcción de los conceptos que surgen del propio campo, e integra características que son fundamentales para la cuarta ola. Así, el techo se fijó en 1.500 puestos para análisis en base a la segmentación de 500 tuits por la fecha clave observada: 28 de septiembre, día de la manifestación en las calles, y 7 y 28 de octubre, primera y segunda vuelta electorales. La selección tuvo en cuenta el análisis de 250 tweets “más recientes” y 250 tweets “principales”. La investigación de campo arrojó 1.021 publicaciones, lo que representa el 68% del recorte propuesto, las cuales fueron tabuladas, clasificadas y analizadas para llegar a las consideraciones de esta investigación. El recorte señala que # EleNo fue un movimiento originado por gente común (92,6%) y móvil (74,4%), lo suficientemente fuerte como para impactar a todo un país. A pesar de ser un movimiento compuesto por pocos activistas (20,6%), conquista muchos simpatizantes (59,8%) y espectadores (8%) incluso con pocos promotores (5,4%); es decir, se confirma su capacidad para difundirse por las venas de la comunicación digital. Este intercambio entre agente-mundo-agente se realizó al 100% mediante textos. Consideramos temas relevantes para el análisis desarrollado por Fake News, la autocomunicación masiva, el fascismo, el empoderamiento femenino y la mediatización del activismo. Además, las configuraciones actuales de los nuevos derechos, la trayectoria del feminismo en América Latina y cómo se ha visto la cuarta ola del movimiento feminista en Brasil. Se recomienda que este estudio avance en el sentido de entender cómo se han aprovechado las oportunidades políticas a favor de los movimientos de mujeres y cómo el repertorio de enfrentamientos ha llevado a la expansión, reorganización y movilización más activa y frecuente de las mujeres.

Palabras clave: Activismo digital. Elecciones 2018. #HeNo. Feminismo. Redes sociales.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Post sobre o “kit gay” no Facebook.....	48
Figura 02 - Fake news sobre agressor de Bolsonaro.. ..	49
Figura 03 - Montagem e foto original sobre fake news.	49
Figura 04 - Foto de atriz falecida usada em fake news.	50
Figura 05 - Publicação de Olavo de Carvalho sobre propagação da notícia falsa.....	50
Figura 06 - Imagem sugerindo abuso infantil utilizada em fake news... ..	51
Figura 07 - Notícia falsa “desmentindo” reportagem da Veja.....	52
Figura 08 - Carlos Bolsonaro posta notícia falsa no Twitter.....	55
Figura 09 - Desmonetização de sites de extrema-direita.....	57
Figura 10 - Simulação da atividade dos algoritmos de busca.....	68
Figura 11 - Membros do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro no Facebook.....	78
Figura 12 - Voto para presidente no primeiro turno (2010), segundo o sexo.....	79
Figura 13 - Voto para presidente no primeiro turno (2014), segundo o sexo.....	79
Figura 14 - Voto para presidente (2018)	83
Figura 15 - Eduardo Bolsonaro ataca mobilização das mulheres.....	84
Figura 16 - Disponibilização de informações em descrição de grupo no Facebook.....	90
Figura 17 – Diversidade.....	120
Figuras 18 e 19 - Pessoas nas manifestações.....	121
Figuras 20 e 21 - Arte do Ele Não; Post da cantora britânica Rita Ora com a arte.....	121
Figuras 22 e 23 - Posts individuais.....	122
Figura 24 - Cobrança sobre coberturas midiáticas.....	122
Figuras 25 a 28 - Volume de pessoas nas manifestações.....	123
Figura 29 - Expectativa de vitória no primeiro turno.....	124
Figura 30 - Arte sobre período violento.....	124
Figura 31 - Comemoração pelo segundo turno.....	125
Figuras 32 e 33 - Questionamentos para segundo turno.....	125
Figuras 34 a 38 - Enaltecendo o Nordeste.....	126
Figuras 39 a 47 - Reorganização e rearticulação.....	127
Figuras 48 e 49 - Luto após resultado.....	127
Figuras 50 a 53 - Nova movimentação.....	128
Figura 54 - Wall-e.....	132

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 - Opções de filtros no Twitter.....	28
Quadro 02 - Opções de pesquisa elencadas.....	99
Quadro 03 - Categorias e dados de análise.....	100
Quadro 04 - Calendário para análise e recorte temporal.....	102
Quadro 05 - Síntese das Ondas Feministas na América Latina e Brasil.....	116

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 - Resultados brutos da pesquisa de palavras-chave.....	25
Tabela 02 - Síntese dos dados quantitativos.....	119

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
1. A EXTREMA-DIREITA E AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS.....	30
1.1 SAINDO DO ARMÁRIO: DIREITA E EXTREMA-DIREITA NA ATUALIDADE	31
1.2 NOVOS MEIOS, VELHOS DISCURSOS	39
2 A INTERNET NO CENTRO DAS ELEIÇÕES 2018.....	44
2.1 FAKE NEWS E A IMPRENSA.....	46
2.2 WHATSAPP E O FILTRO INVISÍVEL.....	59
2.3 ATIVISMO ONLINE.....	69
3 #ELENAO: DAS REDES ÀS RUAS.....	77
3.1 MULHERES EM REDE DE RESISTÊNCIA	80
3.2 AS ONDAS QUE O FEMINISMO BRASILEIRO JÁ SURFOU	87
3.2.1 Primeira onda.....	88
3.2.2 Segunda Onda.....	90
3.2.3 Terceira Onda	93
3.3 TWEETS E HASHTAGS: COMO TRATAR OS DADOS.....	97
3.3.1 Etapa exploratória.....	98
3.3.2 Período de observação	101
3.3.3 Quantificando <i>hashtags</i> e outros cliques	104
4 QUARTA ONDA DO FEMINISMO	107
4.1 COMUNICAÇÃO DIGITALIZADA	108
4.2 INTERSECCIONALIDADE.....	111
4.3 MODOS DE ORGANIZAÇÃO	113
4.4 DADOS, RESULTADOS E DISCUSSÕES	117
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	130
REFERÊNCIAS.....	135
APÊNDICES	141

INTRODUÇÃO

“O silêncio não é mais uma possibilidade.”

(Gallego, 2018, p. 16)

A disciplinaridade, representada na maior parte dos cursos superiores brasileiros por meio da hiperespecialização, apesar de proporcionar aprofundamento em campos específicos do saber, cerceia a possibilidade de contato do pesquisador com tantos outros conteúdos e conhecimentos. Voltada principalmente para os aspectos positivistas de produção de conhecimento, essa hiperespecialização reduz o campo de pesquisa a tal ponto que os objetos de estudo isolam-se do seu entorno. Naturalmente, a evolução da ciência perpassa por estudos realizados com esse delineamento, e tampouco se pode negar o sem-número de contribuições derivadas dele. No entanto, ao tratarmos da complexidade do social e do humano, é honesto dizer que a perspectiva interdisciplinar de investigação logra maior êxito no desafio que é dar conta de uma determinada realidade, “seja porque nunca esgotamos a realidade, seja porque as maneiras como a tratamos podem sempre ser questionadas” (DEMO, 1995, p. 11)

A interdisciplinaridade, portanto, vem se desenvolvendo na contramão da supracitada perspectiva: a potencialidade de soma e a integração de diferentes áreas do conhecimento expandem os horizontes de tal forma que o indivíduo por elas tocado jamais torna a ver as coisas do mesmo modo. Para Tavares (2013, p. 5), esse é um resgate necessário à universidade, tendo “a sabedoria pautada na interdisciplinaridade e no debate racional-dialógico” como expressão da universidade enquanto *estado*, superando a ideia de universidade enquanto espaço físico.

Além do enfoque interdisciplinar, é importante situá-lo dentro da área das Ciências Humanas, cuja perspectiva busca estudar, compreender e explicar “os fenômenos especificamente humanos, vale dizer, domínios da realidade onde os homens (como sujeitos) são os principais atores, não podendo ser ignorados pelas explicações causais” (JAPIASSU, 1994, p. 166). E é nesse cerne que a pesquisa interdisciplinar em Ciências Humanas se constitui como um desafio, pois, conforme Japiassu (1994), “foi a partir dos anos [19]60 que as Ciências Humanas começaram a alimentar o sonho teocrático de produzir soluções técnica e cientificamente estabelecidas para os problemas humanos e sociais” (p. 182) para tentar dar conta da totalidade humana, ou seja, entendendo a sua complexidade enquanto sujeito e também enquanto ser social. Surge, assim, “uma nova maneira de se conceber o homem”, que é ainda muito recente e caminha em seus primeiros passos (JAPIASSU, 2013, p. 6).

É por essa perspectiva que penso esta pesquisa e construo o trabalho *Hashtag Ele Não: a Quarta Onda do Feminismo e sua expressão genuinamente brasileira*. Tomo a liberdade de apresentá-lo em primeira pessoa, visto que ele é fruto, primeiramente, de meu interesse pessoal em estudar as questões relacionadas às articulações de cunho feminino e/ou feminista em um dos principais movimentos protagonizados por mulheres na história do Brasil, o #EleNao, ocorrido durante as eleições presidenciais no Brasil em 2018.

Enquanto mulher pesquisadora, munida de contribuições teóricas oriundas da Filosofia, das Ciências Sociais, da História, da Comunicação, da produção jornalística brasileira etc., sinto-me motivada a fortalecer a produção de ciência acerca do movimento feminista nacional, principalmente neste momento, em que a discussão em torno de uma Quarta Onda do Feminismo tem emergido. Insere-se o #EleNao sob esta ótica, a da Quarta Onda do Feminismo, inicialmente, porque o movimento se conecta “ao fenômeno do ativismo digital, que tem como pano de fundo o feminismo em sua vertente contemporânea” (ROCHA, 2017, p. 11). Esta é a principal hipótese que será verificada no decorrer deste trabalho.

A articulação em torno do #EleNao chama a atenção devido às proporções que tomou e também em relação a uma movimentação que emerge do online e toma as ruas de centenas de cidades do país para dizer “Ele não!”¹, referindo-se ao então candidato às eleições presidenciais Jair Bolsonaro (PSL)². Para a jornalista Fernanda Becker (2018, online), o movimento “quer mostrar que é possível construir uma coalizão um pouco mais transversal que atravesse as *bolhas*³ das redes sociais de novo. A base é o rechaço das mulheres a Bolsonaro”, que aconteceu sob uma organização plural e independente, unida contra o referido candidato, extrapolando, inclusive, o partidatismo político dos participantes, polarizado com maior ênfase nas eleições presidenciais de 2018. O texto da jornalista faz referência às Jornadas de Junho de 2013⁴, que também engajaram a população de maneira soberanamente apartidária, às manifestações pelo impeachment da presidenta Dilma Rousseff⁵ e movimentos em resposta, além da mobilização

1 O movimento gerou a *hashtag* #EleNao, que foi utilizada nos posicionamentos nas diversas mídias sociais digitais.

2 Partido Social Liberal

3 Termo que, neste ponto do texto, se refere a nichos específicos nas mídias sociais digitais. Mais adiante aparecerá o termo cunhado por Eli Pariser (2012), *bolha dos filtros*, que possui significado distinto.

4 Inicialmente, as mobilizações aconteceram em São Paulo devido ao aumento de R\$ 0,20 no valor da passagem do transporte público. No entanto, a partir da violenta repressão policial sofrida pelos manifestantes em junho de 2013, a pauta ganhou adesão e foi gatilho para o aumento das manifestações, da diversidade ideológica e de pautas levantadas em todo o país. Esse movimento, conhecido como “Jornadas de Junho”, reivindicou para si um caráter apartidário e horizontal, assunto sobre o qual há divergências até hoje.

5 Processo iniciado em 2 de dezembro de 2015, fundamentado principalmente em questões orçamentárias e de improbidade administrativa. Dilma Rousseff foi afastada do cargo em 31 de agosto de 2016.

em protesto ao assassinato da vereadora Marielle Franco⁶. Nesse contexto, analisar o #EleNao se torna fundamental para olharmos para este recorte dentro das eleições nacionais em 2018, visto que se configura como a provável maior mobilização genuinamente nacional das mulheres na história do Brasil - ou, ao menos, a maior suscitada no ambiente online.

“A internet submete a potência de criação e de realização de mundos possíveis à sua própria indeterminação. [...] A internet é uma apreensão de apreensões, uma captura de capturas de corpos-cérebros, unilateral ou recíproca”. (LAZZARATO, 2006, p. 179-181). Nesse sentido, acredito que, justamente devido às constantes e aceleradas mudanças que vivenciamos com a pluralização e democratização crescente do acesso e uso da internet, são necessários cada vez mais estudos que se somem ao esforço de ultrapassar a antiquada dualidade real x virtual. Assim sendo, a pesquisa apresenta uma discussão, com viés interdisciplinar dentro da grande área das Ciências Humanas, acerca do #EleNao de modo que sirva como efetiva contribuição para a compreensão desses fatos e, naturalmente, como referência para o avanço acerca desses conhecimentos.

A escolha pelo tema deu-se considerando dois fatores: a possibilidade de um novo olhar sobre o objeto de estudo, visto que a mobilização estava ocorrendo em setembro de 2018, e a oportunidade de efetivo aprendizado e contribuição tanto científica quanto social ao me debruçar sobre a articulação de uma ação protagonizada por mulheres em uma eleição marcante para o Brasil, que tomou as ruas de mais de 300 cidades do país⁷, constituindo o que chamamos de ativismo digital e que, como será aprofundado no decorrer da presente dissertação, fundamenta esse novo (e crescente) momento do Feminismo.

Inserido na linha de pesquisa *Saberes, Processos e Práticas Sociais* do referido PPG, o tema compartilha objetivos no sentido de buscar “investigar e compreender saberes e práticas sociais, culturais, políticas e econômicas dos atores e agentes sociais em sua relação com processos que organizam, configuram e modificam as sociedades”⁸. Dadas essas condições, essa é uma pesquisa instigante e desafiadora, tanto no âmbito profissional quanto no acadêmico e pessoal. Enquanto profissional e pesquisadora, percebo e estou inserida cotidianamente nas latentes transformações que vêm ocorrendo e, com isso, a reconfiguração da sociedade atual

6 Foi eleita vereadora da Câmara do Rio de Janeiro pelo PSOL, assassinada a tiros no dia 14 de março de 2018, no carro onde estava.

7 MÍDIA NINJA, 2018, online. Disponível em <http://midianinja.org/news/elenaooconteceu-em-mais-de-400-cidades-em-34-paises-balanco-ninja/>. Acesso em setembro/2019. A informação diverge do site G1, que cita 114 como número de cidades participantes. No entanto, na cidade de Erechim, por exemplo, ocorreu manifestação e não consta no relato deste último, que apresenta apenas a manifestação favorável ao então candidato Jair Bolsonaro (PSL). Disponível em <https://g1.globo.com/politica/noticia/2018/09/29/manifestantes-fazem-atos-a-tarde-contrae-favor-de-bolsonaro.ghtml>. Acesso em setembro/2019.

8 Site do PPGICH, acesso em fevereiro/2019.

em uma velocidade crescente, potencializada na mesma medida em que o acesso à internet caminha para uma popularização cada vez maior - no Brasil, em 2018, 79,1% dos domicílios já contavam com acesso à internet, segundo o IBGE.

Partindo da fundamental importância dos movimentos sociais e políticos para a compreensão da sociedade atual, e da impossibilidade de se constituir quaisquer perspectivas sem passar pelo entendimento de tais fatores, esta pesquisa inicia estabelecendo um fio condutor em torno da mobilização #EleNao, inaugurada nas eleições presidenciais brasileiras de 2018, possibilitando conhecê-la, compreendê-la e analisá-la a partir das vozes das manifestações online. Isso frente ao momento de descrédito na política e em torno dos então candidatos, acompanhado pela ascensão de discursos contrários às minorias, que incitam a violência e promovem o retrocesso acelerado de direitos conquistados graças à longa luta desses grupos sociais. Dessa forma, esta pesquisa, a partir desta aproximação com a articulação mediada por *hashtags*, parte do pressuposto de que **a articulação feminina em torno do #EleNao é uma mobilização autêntica da Quarta Onda do Feminismo no Brasil.**

São utilizados como fonte de dados as postagens realizadas na mídia social Twitter que corresponderem à *hashtag* #elenao. Fornecendo as condições de acesso às informações, postagens e conteúdos, somadas à diversidade de público e posicionamentos presentes, optou-se por utilizar a manifestação voluntária dos usuários do Twitter como fonte de informação para este trabalho. Malini & Antoun (2013, p.215) contribuem para a escolha, uma vez que situam as redes sociais como “redes de agenciamento coletivo e maquínico de subjetivação”. Tendo, portanto, o Twitter como lócus de pesquisa para pensarmos o #elenao e a articulação das mulheres em torno dele, outra grande fonte de informações sobre isso será oriunda da própria imprensa independente, alternativa aos grandes conglomerados midiáticos cujos interesses político-econômicos podem se sobrepor aos critérios de interesse público daquilo que é ou não veiculado e a qual foca sua cobertura jornalística muito mais “nos eventos do que nos problemas e nas demandas quando os movimentos sociais são assunto de notícias” (RIZZOTTO; PRUDENCIO, 2017, p. 159). Além do olhar para a mídia, naturalmente a pesquisa também se debruça sobre bibliografias acerca do feminismo, primando pelo enfoque interdisciplinar.

A relação entre mídia, história e sociologia caminha próxima, apesar das diferenças na construção dos registros causadas tanto pelo campo de estudos quanto pela bagagem e inserção sociocultural do indivíduo protagonista do texto. No caso da mídia, ainda há interferência de fatores para além do autor, como alinhamento político do veículo, processos editoriais e recorte de tempo em que estas produções são realizadas. As aproximações iniciam já na atividade de seleção dos fatos, noticiosos ou históricos. Segundo Barbosa (2007, p. 87), os meios de

comunicação, “longe de serem apenas veículos de divulgação, são eles próprios criadores do acontecimento. E, dessa forma, constituem uma memória privilegiada do presente que vai ser objeto de análise do historiador num futuro”.

É também nesse aspecto que reside a importância de se ultrapassar a perspectiva disciplinar de pesquisa e de compreensão dos fatos. O surgimento e o fortalecimento desse novo modo de viver com a internet constitui o cerne de uma transformação de profunda significância na sociedade em um espaço de tempo muito enxuto. É assim que se busca também entender a constituição do #EleNao. Neste sentido, é fundamental analisar e relacionar o #EleNao para além de um ato de vontade (ELIAS, 2006), mas como um acontecimento social que provoca reflexos não planejados, mas nem por isso desestruturados.

Aliar os conhecimentos hoje disciplinados em Sociologia e em História corrobora para a amplitude do olhar sobre os dados e, conseqüentemente, para uma análise qualificada da organização e movimentação social em questão. Da mesma forma, é fundamental que se relacionem acontecimentos contemporâneos e se localizem na história similaridades, pois a ideia de que presente e passado não estão conectados é um equívoco (ELIAS, 2006).

Estrutura do trabalho

Pesquisar requer um recorte mais específico do universo a que se está observando, levando a conhecer suas formas e entender a organicidade dos objetos. Outro desafio posto são os métodos de análises, considerando as diferentes áreas de conhecimento a serem contempladas, para que se consiga o olhar aprofundado que buscamos trazer a respeito do #EleNao. Assim, desafio-me neste trabalho a trazer um método de análise para os dados coletados que interligue as questões filosóficas, históricas, sociológicas, da comunicação etc, a fim de preservar a riqueza de informações, de garantir que o olhar seja amplo e interdisciplinar e de responder com mais propriedade às angústias levantadas por este projeto.

Esta pesquisa emerge no meio acadêmico como de natureza básica, abordando seu problema inicial - *a articulação feminina em torno do #EleNao como uma mobilização autêntica da Quarta Onda do Feminismo no Brasil*- pela perspectiva da Teoria Fundamentada, num primeiro momento, a fim de me apropriar do #EleNao e suas configurações, de maneira qualitativa, dada a relação dinâmica entre sujeitos e contextos no cerne desta investigação. Tais qualidades serão melhor exploradas na sequência, onde tratarei sobre os procedimentos metodológicos utilizados na construção do trabalho. Para seu desenvolvimento, organizamos quatro capítulos, a fim de aprofundarmos os temas e estabelecer a base e, posteriormente, a

relação entre eles. Dada a movimentação atípica nacional em 2018, faz-se ainda mais necessário olhar para esse momento e compreender os gatilhos e a trajetória que levaram às manifestações contra o então candidato Jair Bolsonaro, que se constitui como a figura centralizadora e catalisadora do inflamado discurso de ódio contra as minorias e para o qual as mulheres se organizaram e foram às ruas dizer “não”.

Como candidato autodeclarado de direita, se faz necessário entendermos o local em que se situa Jair Bolsonaro na política. Para isso, o primeiro capítulo dá conta de entendermos o que é direita, traçando um panorama histórico acerca desse posicionamento e de regimes e/ou vertentes que se aproximam ou se relacionam. Resgatando esses conceitos, chegaremos até o momento atual, em que os discursos derivados de tais linhas de pensamento chegam às mídias sociais digitais, onde têm aumento exponencial de vazão e, conseqüentemente, angariam apoiadores - a mesma lógica que organiza as mulheres também produz discursos e movimentos em defesa de Jair Bolsonaro, colocando a internet no centro do pleito de 2018.

Também graças às mídias sociais digitais tem sido recorrente a referência aos termos fascista, fascismo e derivados. Situando o fascismo como um regime de direita, buscaremos compreender com rigor científico esse termo do qual a esquerda tem se apropriado. Leandro Konder, filósofo brasileiro, é cirúrgico ao delimitar a importância de se estabelecer a relação entre a direita e o fascismo. Segundo ele, “o conceito de direita é imprescindível a uma correta compreensão do conceito de fascismo, embora seja mais amplo do que este: a direita é o gênero de que o fascismo é uma espécie.” (KONDER, 1977, p. 27). Para o autor, o uso “exclusivamente agitacional” pode impedir que seja extraído desse conceito “todas as vantagens políticas de uma análise realista e diferenciada dos movimentos das forças que lhe são adversas” (1977, p. 25).

Elaborar este primeiro capítulo é um desafio, pois me coloca, como pesquisadora e autora, fora do meu eixo formativo, que é a comunicação social. Assim, recorro a autores que me ajudarão a traçar esse percurso de conhecimento. A base para este primeiro capítulo parte do filósofo brasileiro Leandro Konder (1936-2014). Também abordaremos as perspectivas de comunicação das novas direitas e, nesse sentido, a organização realizada pela pesquisadora em Ciências Sociais Esther Solano Gallego nos trará uma perspectiva sobre *O ódio como política* (2018), bem como a dissertação desenvolvida pelo sociólogo Denis Augusto Carneiro Lobo (2018), que trata do ódio como componente político nas mediações em mídias sociais. Esse trajeto teórico nos levará até as eleições presidenciais de 2018 e seus desdobramentos, momento em que a internet emerge como um dos eixos mais sólidos, e nos dá subsídio para o segundo capítulo da dissertação, onde aprofundaremos os estudos sobre as eleições.

No capítulo dois, colocamos a internet no centro da discussão. Resgatamos brevemente as manifestações de 2013, o processo de impeachment que tirou a presidenta Dilma Rousseff do poder e, a partir disso, o solo fértil para esse efervescente (e crescente) discurso de ódio que catalisa um comportamento de manada articulado pelas notícias falsas (ou *fake news*), acontecimento que também marcou o período eleitoral supracitado. Para conceituar e contextualizar as mídias sociais digitais e como elas se tornam ferramentas para organizar e comunicar, recorreremos ao sociólogo Manuel Castells (2003; 2017) e ao pesquisador Henry Jenkins (2013).

Entendemos como básico esse resgate de fatos, conceitos e entendimentos porque, como citado anteriormente, de acordo com Elias, é um engano desconsiderar a conexão entre presente e passado (2006). Como os estudos acerca da internet, dessas configurações e até mesmo de suas mudanças são novos e têm um caráter extremamente ágil em suas constantes alterações dinâmicas, boa parte dessa dissertação também será espelhada em pesquisas que vêm sendo desenvolvidas nos PPGs brasileiros. Além de dar base ao desenvolvimento do trabalho, essa é uma alternativa para reconhecer e reforçar a importância dos pesquisadores brasileiros diante de um cenário onde cresce a deslegitimação da ciência, da pesquisa e do trabalho desenvolvido na produção de conhecimentos e avanço da ciência.

Após o desenvolvimento do capítulo dois, onde teremos constituída a base de fatos que encaminham a mobilização #EleNao, os discursos de ódio e a articulação estimulada por meio do WhatsApp, com reforço das mentiras veiculadas como notícias, chegamos ao terceiro capítulo do trabalho, onde trataremos enfaticamente do #EleNao. Para responder ao objetivo da pesquisa, no entanto, será necessário que façamos um resgate sobre as ondas do movimento feminista no Brasil/América Latina, contextualizando seus momentos e funções sociais. Assim, o capítulo três nos orienta em relação às mobilizações de mulheres que já se consolidaram ao longo da história e como se organizam em relação aos diferentes momentos e reivindicações e embasa a abordagem sobre o #EleNao e sua repercussão. Também no capítulo três esclarecemos a condução da seleção, coleta e análise de dados, que perpassa uma etapa quantitativa dentro dos recortes necessários.

A partir disso, chegamos ao quarto capítulo, momento em que adentramos um campo relativamente novo de conhecimento ao abordarmos a Quarta Onda do Feminismo, que se insere no cenário do ativismo online. Para nos trazer a luz necessária sobre isso, a mestra em Ciências Sociais Fernanda de Brito Mota Rocha contribui com sua pesquisa acerca da quarta onda do feminismo (2017), bem como o trabalho desenvolvido pelas sociólogas Olívia Cristina Perez e Arlene Martinez Ricoldi (2018), além da socióloga Marlise Matos (2014). Também

será no capítulo quatro que traremos os dados coletados, os desdobramentos da aplicação das nossas escolhas metodológicas e os conceitos emergentes a partir do que o próprio corpus de análise nos apresenta para o entendimento acerca dessa articulação de mulheres no ano de 2018.

Escolhas metodológicas

Buscando consolidar novos conhecimentos ao avanço da ciência em vez de sua aplicação prática, o presente trabalho caracteriza-se quanto à natureza como pesquisa básica. Entendendo a amplitude do tema de pesquisa e considerando, também, a necessidade de uma apropriação acerca do assunto antes efetivarmos as hipóteses, iniciamos o desenvolvimento a partir da Teoria Fundamentada ou Teoria Fundada (TF) (AMARAL, FRAGOSO e RECUERO, 2011), que fornece uma perspectiva empirista de aproximação e compreensão dos dados que serão analisados; uma espécie de movimento que exige do pesquisador o contrário do tradicionalmente realizado. Ele vai ao encontro dos dados “e, apenas a partir de sua vivência empírica e do processo do método, é que deve elaborar as hipóteses e os preceitos teóricos.” (p. 83).

Entendemos que essa perspectiva de coleta e análise dos dados vem ao encontro do objeto desta pesquisa, tornando possível conhecê-lo, compreendê-lo e assimilá-lo em um primeiro momento para, posteriormente, construirmos os conceitos que emergem dele. Originalmente proposta como um método por Glaser e Strauss em seu livro *The Discovery of Grounded Theory* (1967), a TF tinha como meta ser “uma proposta de método geral, que poderia ser aplicado a várias áreas, e que buscava resolver a divisão entre teoria e dados, entre teórico e empírico”. Para Glaser, “o objetivo da teoria fundamentada é gerar uma teoria conceitual que reporte um padrão de comportamento que seja relevante e problemático para aqueles envolvidos” (1978, p. 93 *apud* AMARAL, FRAGOSO e RECUERO, 2011, p. 83-84).

Além da possibilidade de realizar um caminho inverso no desenvolvimento desta pesquisa, a Teoria Fundamentada vem ao encontro de minha perspectiva enquanto autora, “pois propõe a atuação da análise em conjunto com o processo de coleta de dados, de forma a permitir que a teoria emerja do empírico” (AMARAL, FRAGOSO e RECUERO, 2011, p. 87), valorizando a atuação do pesquisador e suscitando nele o exercício de reconhecimento das informações relevantes para aquele recorte. Na prática, essa aproximação com os dados fornecerá variáveis que são definidas como categorias, conceitos e propriedades e “vão emergir do processo contínuo e sistemático de coleta e análise, principalmente através do desenvolvimento da ‘sensibilidade teórica’” (p. 89).

Assim, o trabalho inicia com uma abordagem indutiva, que deixa *os dados falarem*, sob uma ótica empirista de pesquisa. Isso não significa, no entanto, que o pesquisador vá (ou deva ir) ao encontro desses dados sem nenhum tipo de conhecimento acerca do universo a ser pesquisado, pois suas observações não são independentes de embasamentos com os quais teve contato ao longo de sua trajetória acadêmica e pessoal - o que importa, de fato, é observar constantemente seus pré-conceitos, pré-noções, hipóteses, pois essa abordagem não procura responder perguntas, mas sim suscitá-las. Também por isso o próprio problema da pesquisa sofreu diversas reconstruções e realinhamentos no decorrer do trabalho. Foi justamente a partir da aproximação com os conteúdos da #elenao no Twitter que foram evidenciadas, com mais especificidade, as perguntas que respondemos no decorrer da pesquisa.

Seguindo a perspectiva das autoras (AMARAL, FRAGOSO e RECUERO, 2011), os dados para a Teoria Fundamentada podem vir de diferentes fontes, tanto quantitativas quanto qualitativas, e coleta e análise acontecem de maneira paralela e simultânea, possibilitando que uma refine a outra, em um movimento que se retroalimenta, e que o pesquisador se depare com novas questões acerca do assunto conforme vai submergindo no universo que está pesquisando. Seus métodos de análise também são variados, mas, no geral, baseia-se na análise de textos (em geral) e, portanto, considera relevante que as observações do pesquisador sejam transcritas. A questão principal é que os dados sejam analisados contínua e sistematicamente. Feito isso, eles passam por uma categorização que, em si, já é uma análise, “de forma a reconhecer padrões e elementos relevantes para a análise e para o problema. Esse processo deve ser realizado até que os dados passem a ser reconhecidos por categorias, ou ainda, que as categorias emerjam” (AMARAL, FRAGOSO e RECUERO, 2011, p. 92).

Considerando os dados observados como códigos, parte-se para a construção dessa esfera um pouco mais abrangente, que são as categorias. Mais uma vez, essa etapa traz à tona a premissa da análise constante, que permitirá que os códigos sejam reunidos em categorias mais amplas e, posteriormente, que essas categorias originem a teoria. Além delas, a TF também utiliza as observações que acontecem no decorrer da coleta e análise de dados como ferramenta - sejam sobre o campo, sobre o conteúdo, sobre conhecimentos teóricos prévios e que vêm à tona etc. A crítica abordada pelas autoras, nesse ponto, diz respeito a um possível exagero nas limitações, reprimindo a criatividade e a amplitude da Teoria Fundada, suas principais qualidades. Além disso, corre-se o risco de que ela se reduza à análise de conteúdo - que pode, inclusive, ser utilizado como um dos métodos de análise, mas não deve restringir a isso, ocorrendo em uma descaracterização dos próprios preceitos da TF.

Em relação ao volume de dados, Amaral, Fragoso e Recuero dizem, novamente, que “é preciso focar a sensibilidade do pesquisador” (2011, p. 95), mas também sugerindo que o fechamento da coleta possa ocorrer quando a repetição dos dados for constante e não emergirem mais novas categorias. Nesse momento, parte-se para a codificação dos dados, principal método de análise da TF. Sob a perspectiva das autoras, trataremos sobre codificação aberta, codificação axial e codificação seletiva, entendendo cada uma delas como uma etapa do trabalho a ser desenvolvido com os dados.

- Codificação aberta: é focada na “identificação, descrição e categorização do fenômeno encontrado em campo” com o objetivo de levantar as semelhanças e disparidades nas informações coletadas e dá início ao processo de formação de categorias, focando, principalmente nos procedimentos de comparação, classificação e questionamento dos dados. (AMARAL, FRAGOSO E RECUERO, 2011, p. 96)

- Codificação axial: é o segundo momento da análise. Com as categorias emergentes já mapeadas a partir da codificação aberta, o esforço agora é para compará-las e estabelecer a relação entre elas, a fim de encontrar as conexões. “O foco aqui é no contexto das categorias, nas suas condições causais, e intervenientes, nas estratégias e nas consequências dessas estratégias” (AMARAL, FRAGOSO E RECUERO, 2011, p. 96).

- Codificação seletiva: é a etapa final, em que as demais categorias se integram, semelhante em partes ao que acontece na codificação axial, porém emergindo o tema central em estudo. “Uma das técnicas é a *story line*, ou seja, a história contada de modo analítico, integrando as categorias de modo a relacioná-las e escrever uma ‘única história’ sobre o assunto” (STRAUSS E CORBIN, 1990, p. 122 *apud* AMARAL, FRAGOSO E RECUERO, 2011, p. 104). Para isso, as autoras lançam mão dos conceitos, sob o argumento de que “consistem (...) na primeira descoberta do processo de pesquisa, dos primeiros padrões encontrados. O conceito, para ser acrescido à teoria precisa aparecer de forma sistemática nos dados.” (2011, p. 104). No desenvolvimento desta dissertação, o enfoque não será dado para microanálises. No entanto, essa perspectiva pode vir a contribuir para a continuidade a esse trabalho e até mesmo o desenvolvimento de novas perspectivas sobre o movimento.

Seguindo a lógica da Teoria Fundada, portanto, optei por me aproximar de dados no ambiente online da mídia social Twitter, por meio de conteúdos publicados com a *hashtag* #EleNao. Essa mídia é, na verdade, um microblog no qual os usuários criam perfis em que se

pode publicar textos, imagens, vídeos e links respondendo à pergunta “O que está acontecendo?” em até 280 caracteres⁹.

Em atividade desde 2006, a mídia social funciona em uma lógica de “seguidores”: cada usuário escolhe “seguir” outras contas e recebe na página inicial de seu Twitter as mensagens publicadas pelas contas que deu *follow* (ou seguiu) - esses conteúdos são chamados *tweets* (tuítes). Dentro dos conteúdos em texto publicados no Twitter, há a possibilidade de mencionar outras contas colocando o símbolo “@” à frente do nome de usuário do perfil que pretende contactar. Esse modo serve para mencionar usuários, iniciar conversas e responder interações. Essa menção gera um link para o perfil do usuário citado e aparece para ele, em seu perfil, na aba “Notificações”, atualmente representada pelo símbolo de um sino.

Outra função popular do Twitter é o botão *retweetar*, que significa compartilhar aquela mensagem com os próprios seguidores - essa, no entanto, só acontece de maneira automática ao clicar no símbolo que representa a função em postagens de perfis públicos. Há, também, a possibilidade de tornar o perfil privado. Nesse caso, os usuários que pretendem seguir um perfil privado precisam solicitar aprovação para poder acompanhar as mensagens.

Quando não há a possibilidade de *retweetar* automaticamente, os usuários copiam a mensagem e a reproduzem em um *tweet* próprio, precedido da expressão “RT” seguido da citação do perfil que postou aquele conteúdo originalmente, como forma de dar o devido crédito, seguido do conteúdo veiculado. Recentemente, o Twitter também implementou a opção “retweetar com comentário”, que permite a replicação do post com todas as suas características originais e adiciona-se o comentário do replicador acima, mantendo uma linha divisória entre o que corresponde a cada perfil.

Além disso, central na presente pesquisa, há uma outra maneira de gerar links que podem ser seguidos por outros usuários clicando-se sobre ele: a *hashtag*. As palavras ou expressões escritas sem espaço entre os termos, precedidas do símbolo da cerquilha (#), constituem as *hashtags*, que foram originadas, tal como o nome pelo qual são chamadas, pelo próprio Twitter com o fim de agrupar conteúdos acerca de determinado assunto - neste trabalho, em específico, trataremos da *hashtag* #EleNao, que agrupou as manifestações dos usuários, inicialmente, em relação ao movimento de mulheres.

Como já ressaltamos anteriormente, o olhar que pretendemos lançar sobre esse movimento pretende-se amplo. Para isso, somados às manifestações voluntárias de usuários da mídia social Twitter, outra fonte de pesquisa serão conteúdos jornalísticos. É de conhecimento

⁹ A pergunta anterior era “O que você está fazendo?” e os caracteres eram reduzidos a 140. A alteração aconteceu em 7 de novembro de 2017.

comum que a informação disponibilizada à grande massa da sociedade está concentrada nos aglomerados comunicacionais, que detêm a maioria dos veículos e poder financeiro para tratar da informação como negócio e, como negócio, portanto, que atenda a seus próprios interesses.

Levando isso em consideração, diversos portais de notícias, tanto independentes quanto integrantes de conglomerados midiáticos, também forneceram dados acerca do #EleNao para que o olhar sobre o conteúdo originado no Twitter pudesse ser amplificado. Com isso, pretendemos multiplicar as possibilidades de categorias verificadas, as divergências e similaridades no discurso e de que maneira a própria imprensa está atuando para auxiliar nos registros que contarão a história dessa mobilização.

Após a aproximação com os dados, eles passam a ser conduzidos pelos procedimentos metodológicos da Teoria Fundamentada. Considerando a literatura uma etapa na TF, a pesquisa bibliográfica que acompanha o desenvolvimento deste trabalho surge com dois focos principais: auxiliar-me, enquanto pesquisadora, na sensibilidade necessária à construção da pesquisa e na validação de dados e teoria(s) elaborada(s) a partir do amadurecimento deste trabalho. Castells (2006) chama esse engajamento dos indivíduos de *Mass Self Communication*, ou autocomunicação de massa, um advento que se assemelha à comunicação de massa, mas coloca o indivíduo no centro do processo em vez do veículo. Isso amplia os horizontes da produção, difusão e discussão de informações no ambiente online.

A partir dessa perspectiva, esperamos construir uma visão ampla, abrangente e minuciosa do que representou, para a Quarta Onda do Movimento Feminista, o #EleNao no Brasil. Abstemo-nos aqui de segmentar a análise para fora do Brasil, dadas as condições de tempo e profundidade necessárias; no entanto, movimentações semelhantes ocorridas em todo o mundo são fundamentais para se entender as realizações do presente e aparecem como referência enquanto articulação e configurações.

Para darmos conta do desafio que é compreendermos uma movimentação social da amplitude e significação do #EleNao em meio à pluralidade atual e crescente, recorreremos à pesquisa acerca de outros trabalhos já desenvolvidos. Utilizamos os seguintes portais para realizar a busca: Google Acadêmico¹⁰, Scielo¹¹ e Portal da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes)¹². Os termos elencados para a pesquisa da pesquisa foram: Feminismo; #EleNao; Eleições; Twitter; Bolsonaro, com especial ênfase ao número de

10 <https://scholar.google.com.br/>, páginas em português.

11 <http://www.scielo.br/?lng=pt>

12 <http://www.periodicos.capes.gov.br/>

pesquisas que já vêm sendo realizadas acerca/envolvendo o Twitter, maiores resultados brutos encontrados tanto no Google Acadêmico quanto no Portal de Periódicos da Capes.

Tabela 01 - Resultados brutos da pesquisa de palavras-chave¹³

Palavra-chave	Resultados brutos		
	Google Acadêmico	SciELO	Portal da Capes
Eleições 2018	45.000	36	565
#EleNao	17.600	7	36
Feminismo	74.000	74	8.112
Twitter	90.200	22	627.622
Bolsonaro	16.100	55	2.652

Fonte: elaborado pela autora (2019), atualizado (2020)

A partir dos resultados encontrados, observamos que as palavras-chave não necessariamente estão no contexto necessário e/ou pertinente à elaboração deste trabalho - são o que chamamos aqui de resultados brutos. Algumas pesquisas, ainda, aparecem em domínios não-públicos, dificultando ainda mais o acesso para consulta e referência. Partindo para o termo central deste trabalho, a dificuldade de encontrar trabalhos intimamente relacionados se torna ainda maior. No entanto, ao debruçarmo-nos com mais atenção, muitas contribuições para o desenvolvimento da presente pesquisa são encontradas, como a pesquisa *Dilemas e perspectivas dos feminismos no Brasil contemporâneo*, da autora Verônica Daflon¹⁴; *Mobilizações pré-eleições presidenciais 2018 no Pará: grupos e eventos relacionados à #EleNao no Facebook*¹⁵, construída pelas pesquisadoras Maíra Evangelista de Sousa e Brenda Rachit. Esse último se aproxima bastante da presente dissertação, pois trabalha com mídias sociais digitais e com o #EleNao. No entanto, em vez do Twitter, o objeto escolhido pelas pesquisadoras foi o Facebook, por meio de grupos e eventos, para “compreender como as novas formas de mobilização com base *online*, aliadas às questões de gênero e representatividade eleitoral, contribuem para a construção de comunidades instantâneas de práticas

13 Representam os que apareceram apenas com a busca dos termos supracitados, sem contextualização ou relação direta com a aplicação dessas palavras-chave nesta pesquisa. Realizado em 30 jun. 2019

14

<https://revistappgsa.ifcs.ufrj.br/?s=DILEMAS+E+PERSPECTIVAS+DOS+FEMINISMOS+NO+BRASIL+CONTEMPORANEO>. Acesso em 02 julho 2019.

15 <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/view/6659/14919>. Acesso em 02 julho 2019.

transformadoras que se consolidam no espaço físico”. Assim, a pesquisa toma encaminhamentos distintos da apresentada aqui. (SOUSA E RACHIT, 2019, p. 66).

Trabalhos desenvolvidos nesta perspectiva são importantes para orientar a produção de novos conhecimentos, além de dar base para ampliarmos as discussões que se iniciaram em ambiente científico a respeito do #EleNao. Além disso, a internet está em constante movimento, orgânico e intrínseco às transformações sociais, o que torna ainda mais necessário que os estudos tenham sequência. As pesquisas trazidas a partir do estado da arte do objeto deste trabalho citadas anteriormente são apenas alguns exemplos do que se encontra ao debruçar-se sobre outras produções acadêmicas e servirão como balizadores da proposta, investigação e desenvolvimento desta dissertação.

O viés qualitativo da pesquisa permite que ela trate o fato com intensidade, enriquecendo-a e possibilitando uma exploração maior dos assuntos que permeiam o recorte. Neste caso, a pesquisa de natureza qualitativa não olhará apenas para 2018, mas também para as relações entre mobilizações semelhantes, o protagonismo das mulheres, quais as perspectivas que tornaram possíveis uma manifestação tão intensa no cenário eleitoral constituído em 2018. Segundo Godoy (1995, p. 21), a abordagem qualitativa não se apresenta como rigidamente estruturada; “ela permite que a imaginação e a criatividade levem os investigadores a propor trabalhos que explorem novos enfoques”, aliando-se à perspectiva interdisciplinar do trabalho.

Para ir além das questões de superfície e estabelecer relações que realmente contemplem a questão interdisciplinar desta pesquisa, nos debruçamos em um estudo bibliográfico entrelaçando olhares sobre a mídia, a história e a sociologia, política, mídia e movimentos sociais, em especial o feminismo, e a maneira como o ambiente online vem interagindo com a perspectiva comportamental em relação às manifestações. Nesse sentido, quando se fala das novas tecnologias, Briggs e Burke (2016, p. 26) destacam que, “para historiadores e especialistas em estudos sociais, há uma divisão contínua entre os que enfatizam a estrutura e os que realçam a organização.” Essa divisão se dá principalmente porque há os que acreditam que não há consequências de grande impacto do uso do equipamento em si (computador, smartphone), somente para os indivíduos que usam essa ferramenta. Por outro lado, há aqueles que “sugerem que o uso de um novo meio de comunicação inevitavelmente muda a longo prazo, se não antes, a visão das pessoas sobre o mundo”. Ambas se acusam de tratar as pessoas como passivas; o inverso é acusar a mídia, incluindo a tradicional, da mesma maneira, como “espelho da cultura e da sociedade, e não como agência de comunicação, transformando tanto uma quanto outra”. (2016, p. 26)

Enquanto pesquisadora, possuo perfil no Twitter desde novembro de 2009 e sempre me interessei pela maneira como a mídia social consegue ser utilizada de maneira única por cada usuário. Além disso, devido à formação em jornalismo, segmento muito presente no Twitter, sempre acompanhei profissionais e veículos por lá, tornando esse o principal canal por onde busco me informar, principalmente devido às suas opções algorítmicas serem menos agressivas que os demais canais. Também durante as Eleições 2018, foi onde pude acompanhar a maior parte das discussões, o que me colocou em contato com o #EleNao e despertou o interesse em entender mais sobre essa articulação. Além disso, apesar de me considerar feminista desde a adolescência, foi por meio desta pesquisa que de fato adentrei esta vertente também em relação às suas teorias.

Na data da mobilização nas ruas do Brasil, não foi possível eu ir às manifestações. Esse é outro fator que estimula o interesse nesta pesquisa: acompanhei todo o movimento exclusivamente online em vez das ruas: antes, durante e depois. Para a coleta dos dados no Twitter, verificamos duas plataformas que trabalham com coleta e algum nível de análise dos dados, sendo elas a Vicinitas¹⁶ e o Netlytic¹⁷, ambas em inglês. Realizei testes por ambas as ferramentas e verifiquei que, apesar de cumprirem o proposto, elas não dão conta de atender aos objetivos pressupostos pela Teoria Fundamentada, complexificando o processo e gerando alguns retrabalhos desnecessários. Nesse caso, optamos por realizar a busca pela ferramenta ofertada pelo próprio Twitter, com capacidade de segmentação por quatro categorias de filtros, conforme quadro abaixo:

Quadro 01 - Opções de filtros no Twitter

Filtro	Opções				
Palavras	Todas essas palavras	Essa frase exata	Qualquer uma destas palavras	Nenhuma destas palavras	Estas <i>hashtags</i>
Idioma	Listagem com todos os idiomas	Qualquer idioma			
Contas	Destas contas	Para estas contas	Mencionando estas contas		
Datas	Dia	Mês	Ano		

Fonte: Twitter, elaborado pela autora (2020)

¹⁶ <https://vicinitas.io>

¹⁷ <https://netlytic.org>

Optamos, a partir disso, por utilizar o filtro na categoria de Palavras (“estas *hashtags*”), pesquisando por #EleNao, e fomos ampliando segmentando o recorte pela categoria de Datas, com o primeiro intervalo apenas no mês de setembro de 2018, período em que teve início a manifestação via *hashtags* e quando ocorreu a extensão dela para as ruas. Seguindo a perspectiva abordada por Amaral, Fragoso e Recuero (2011), inicialmente a coleta não tinha definido número exato de *tweets* e nem recorte temporal. Para elas (2011, p. 93), “o processo de coleta de dados é um dos elementos mais difíceis e igualmente controvertidos na Teoria Fundada”. Ao mesmo tempo em que o pesquisador necessita ir a campo despido de suas pré-concepções, deixá-las totalmente de lado pode atrapalhar a coleta e deixá-la sem rumo. Entendendo esse aspecto e buscando reduzir as chances de algum equívoco, buscamos respaldo na revisão de literatura, bem como suporte para darmos atenção a aspectos que deixaríamos de observar se não somássemos as perspectivas de conhecimento.

Em relação aos conteúdos jornalísticos, a aproximação se dá de maneira relativamente mais fácil em função de termos elencado o tema central do presente trabalho e a Teoria Fundamentada permitir que se busque o suporte informativo em outras fontes de acordo com as categorias. A partir da aproximação e levantamento desses dados, com as devidas categorias emergentes definidas, organicamente é constituído um cruzamento entre as informações do Twitter, dos portais de notícias e da revisão de literatura. Partindo da Teoria Fundamentada como base, entendemos que a perspectiva crítica de análise será o ponto crucial para efetivarmos as contribuições emergidas na construção desta dissertação.

A internet é um campo de disseminação plural de conteúdos e propõe uma reconfiguração inclusive do papel do jornalista na apuração e comunicação dos fatos. Se isso garante a amplitude das fontes e de interação, desconstruindo e ressignificando o tradicional processo comunicacional e expandindo as maneiras de consumir e se relacionar com a informação, por outro lado também evidencia a necessidade urgente de os veículos e jornalistas resgatarem os princípios básicos e éticos da profissão, principalmente em meio a um cenário de incentivo ao descrédito e desvalorização da atuação profissional.

O rigor na construção das notícias (e dos fatos) deve sim se manter técnico, mas nem por isso deixar de ser (auto)crítico. Comunicação e informação sempre foram impulsionadoras de grandes transformações e se relacionam intimamente com as estruturas de poder constituídas na sociedade. Segundo Castells (2006, online), “as agendas do sistema político e mesmo as decisões que dele emanam são feitas para a mídia, na busca de obter apoio dos cidadãos ou, pelo menos, atenuar a hostilidade frente às decisões tomadas”. Sob esse ponto de vista, levando em conta a posição política do então candidato que serviu de gatilho para o #EleNao, trataremos

a seguir sobre um panorama a respeito da direita, extrema-direita e suas vertentes, a fim de encontrar elementos na revisão de literatura que contribuam, ao final, para a síntese acerca desta articulação feminista contemporânea.

1. A EXTREMA-DIREITA E AS MÍDIAS SOCIAIS DIGITAIS

“O fascismo percebeu, agilmente, que esse crescente investimento na propaganda, servindo-se de novas técnicas e de novos meios de comunicação, abria também novas possibilidades para a ação política, e tratou de aproveitá-las.” (Konder, 1977, p. 47)

Este capítulo apresenta conceitos sobre regimes de direita, buscando compreender a constituição desse movimento e a perspectiva política sobre a qual se assenta o homem a quem as mulheres disseram “não” nas ruas do Brasil em 2018. Não farei, neste capítulo, um arrazoado sobre o fascismo clássico, pois não compreende o objetivo desta pesquisa. No entanto, leituras sobre esse assunto nos guiarão, em termos teóricos, para pensar os dias atuais e, por contraposição, o próprio objeto deste estudo, qual seja, as manifestações do “Ele não!”.

Olhando-se sob a perspectiva de avanço constante da sociedade e do aumento no número de indivíduos que integram um mesmo grupo, é natural que as formas de organização social acompanhem o ritmo. Nesse fluxo, a política não fica para trás e constitui-se como elemento fundamental de organização da sociedade atual, mantendo e reforçando as estruturas hierárquicas na atualidade, e sendo um espaço cobiçado para projetos de poder que podem ser controlados por meio do capital. Ou seja, a política é, atualmente, a grande engrenagem do mundo, colocando, majoritariamente, os interesses daqueles que disputam e conquistam esses espaços em primeiro plano, detendo controle sobre serviços essenciais à população, que fica à mercê do que é conveniente lhes conceder, perpetuando uma construção de sociedade cuja base foi a escravização de outras populações. A onda crescente de crimes de corrupção que vem sendo trazida à tona torna claro que a função de serviço público da política ficou renegada a uma ferramenta de troca para a manutenção de projetos individualistas. A partir disso, entende-se que o exercício da política constitui principalmente uma relação de poder, tendo como aliada uma das principais ferramentas para que ela se constitua, se exerça, se consolide e se mantenha: a mídia, cada vez mais presente em todas as esferas do nosso cotidiano, e atualmente também o mercado.

Aliando a mensagem certa aos canais adequados, a comunicação é uma ferramenta poderosa de condução de pensamentos em massa - foi uma das grandes responsáveis pela instituição e consolidação do nazismo na Alemanha, por exemplo, uma das mais cruéis expressões do fascismo já vivenciadas. Foi por meio da comunicação que a propaganda fascista disfarçava “o conteúdo social conservador do fascismo e focava a atenção da massa no ‘estilo

novo’, ‘dinâmico’, nas potencialidades ‘modernizadoras’ do movimento fascista” (KONDER, 1977, p. 48, grifo do autor).

No capítulo que se segue, faremos uma contextualização acerca da vertente política da qual se origina o regime sob o qual atua o governo de Jair Bolsonaro, eleito em 2018, verificando as situações em que ela surge no centro do processo, até a relação presente na atualidade, nas mídias sociais digitais, ressignificando a maneira de transmitir mensagens a grandes grupos de pessoas.

1.1 SAINDO DO ARMÁRIO: DIREITA E EXTREMA-DIREITA NA ATUALIDADE

Surfando na mesma onda da internet que alavanca essa nova força do movimento Feminista, cresce uma “nova direita” na América Latina e no Brasil (GALLEGO, 2018, p. 14), ou *novas direitas*, que reivindicam para si a alcunha deste campo político sem nenhum resquício de pudor, rompendo com o fenômeno da “direita envergonhada”, que durante muito tempo não se assumia como tal, e tendo como um de seus principais representantes o presidente eleito em 2018, Jair Bolsonaro¹⁸. Segundo Gallego, são duas as características principais desse movimento: “ataque ao Estado como garantidor de direitos civis e humanos, diferente ao anterior neoliberalismo que desmontou o Estado de bem-estar social, e a obsessão por questões culturais” (*ibid*). Para Arantes (2014, n.p), as manifestações de junho de 2013 foram responsáveis pela eclosão no Brasil de “uma direita não convencional, que não está contemplada pelos esquemas tradicionais da política”, cujo objetivo é evitar qualquer mudança no *status quo* da sociedade brasileira. Esse movimento ficou mais evidente em 2015, quando a presidenta Dilma Rousseff passou por um processo de impeachment que a tirou do poder. À época, o movimento conservador bradou nas ruas pela saída de Dilma, incendiando outro movimento crescente: o antipetismo. Para Miguel (2018, p. 19, grifo do autor), “o uso de *direita*, no singular, precisa ser relativizado. O que existe hoje é a confluência de grupos diversos, cuja união é sobretudo pragmática e motivada pela percepção de um inimigo comum”.

As três vertentes principais dessas novas direitas, segundo Miguel, são o libertarianismo, o fundamentalismo religioso e a reciclagem do antigo anticomunismo. A

18 Citamos o agente político não com o fim de centralizar a responsabilidade ou a emergência dos discursos, mas porque, conforme Mayer (2014 *apud* MAITINO, 2018, p. 115), “os líderes políticos não devem ser encarados como meros transmissores de valores do grupo, mas também como construtores de narrativas, buscando moldar as crenças e atitudes comuns”. Além de ter sido eleito à presidência do país em 2018, Jair Bolsonaro foi o deputado mais votado em 2014 e destoa do que se chama de “direita envergonhada”. Maitino, em seu trabalho, resgata essa emergência das novas direitas associada à popularização de Bolsonaro.

primeira, “prega o menor Estado possível e afirma que qualquer situação que nasça de mecanismos de mercado é justa por definição, por mais desigual que possa parecer”. Ainda de acordo com o autor, “o libertarianismo começa e termina no Dogma da santidade dos contratos ‘livremente’ estabelecidos, reduz todos os direitos ao direito de propriedade e tem ojeriza por qualquer laço de solidariedade social”. Esforça-se para colocar a igualdade como ameaça à liberdade e associa a igualdade com a esquerda e a liberdade com a direita, assim como coloca o Estado enquanto impositor e o mercado enquanto terreno de trocas “livres”, compondo, assim, dois universos de sentido, cenário em que o primeiro, necessariamente, se torna inimigo do segundo (MIGUEL, 2018, p. 19-20).

Já o fundamentalismo religioso se constitui enquanto força política a partir da década de 1990, com o esforço das igrejas neopentecostais para eleger seus pastores, e se define “pela percepção de que há uma verdade revelada que anula qualquer possibilidade de debate” (MIGUEL, 2018, p. 21), cujos discursos não são necessariamente fanáticos, mas oportunistas - importante ressaltar que especialmente esse segmento também se articula utilizando da comunicação, isto é, seus representantes na política controlam também emissoras de rádio e televisão. Assim, alia o senso de oportunidade de seu discurso a uma base sob controle pelo alinhamento ideológico e uma espécie de “agenda moral” conservadora - daí o oportunismo. Já a reciclagem do anticomunismo, na América Latina reconfigurada como “bolivarianismo” venezuelano, colocou o Partido dos Trabalhadores (PT) como representação comunista no Brasil, “gerando uma notável sobreposição entre anticomunismo e antipetismo”. Graças à visibilidade que teve nas mídias tradicionais e à utilização competente das novas ferramentas tecnológicas, essa nova mobilização da direita extremada rompeu com o discurso hegemônico em defesa dos direitos, “destruindo consensos que pareciam assentados desde o final da ditadura militar” (MIGUEL, 2018, p. 22-23).

Seguindo a mesma linha de pensamento, Jessé de Souza afirma que a formação da classe média atual e seu emburrecimento se deu por meio da formação universitária oriunda do eixo intelectual e ideológico formado por essa mesma elite a partir de sua derrota política para Vargas, em 1930, e que permaneceu atendendo a esse segmento da sociedade, formando novos professores e conseqüentemente replicadores dessas ideias a partir da criação da Universidade de São Paulo (USP), “pensada como a base simbólica, uma espécie de *think tank* gigantesco do liberalismo brasileiro a partir de então” (SOUZA, 2017, p. 132). O autor também defende que a mídia ajudou a “criar” Jair Bolsonaro e o ódio ao pobre, situações diretamente vinculadas aos movimentos de manutenção da classe média atual e, conseqüentemente, ao antipetismo. A construção desse poder simbólico alimenta o ódio ao pobre e o antipetismo dada a consolidação

desse poderio ideológico constituído no Brasil. O Partido dos Trabalhadores é a representação política de uma classe que representa, na atualidade, a perpetuação do pensamento escravocrata da classe média (SOUZA, 2017).

Diferentemente da direita tradicional, que tinha o apoio à ditadura como principal baliza de pertencimento a essa posição, Kaysel (2015, p. 68) ressalta que, “durante o processo de democratização, em especial no bojo do movimento constituinte (1987-1988), a direita abraçaria a defesa de políticas de liberalização econômica, ditas ‘neoliberais’, como seu principal traço programático”, posição que identifica também esse movimento das novas direitas. Para a filósofa Marilena Chauí (2016), o projeto neoliberal e o religioso estão interligados. O neoliberalismo concebe o indivíduo como investimento, não “como parte de uma classe social, nem como ser em formação que vai se relacionar com o restante da sociedade”. Isso passa a se vincular à religiosidade quando “as igrejas evangélicas [neopentecostais] se apropriam desse ideário e o desenvolvem por meio de uma teologia – a teologia da prosperidade, que considera cada indivíduo justamente como um investimento ou uma empresa”, fortalecendo a ideologia neoliberal e as concepções conservadoras da classe média “por meio da maneira como as igrejas evangélicas incorporam o neoliberalismo, com uma teologia para isso”. Para a autora, é na união entre o conservadorismo e o reacionarismo da classe média urbana com a presença avassaladora das igrejas evangélicas, além da discussão sobre a vida no campo/a reforma agrária, que permite a compressão sobre “por que politicamente se exprime, de modo efetivo, nos grupos do ‘boi, bala e Bíblia’, a pauta ultraconservadora que está aí” (CHAUÍ, 2016, p. 2).

As origens do conservadorismo clássico podem ser encontradas no século XVIII, com a ideia central de “‘conservar’ valores e instituições - como a monarquia e a religião cristã - considerados pilares fundamentais da civilização e da cultura ocidentais” (ALMEIDA, 2018, p. 27). Na atualidade, esse conservadorismo se apropria do discurso de que quaisquer iniciativas para reduzir as desigualdades, como as de gênero, por exemplo, são uma tentativa de destruir a *cellula mater* da sociedade, a família tradicional, cujo perigo de queda representaria a ruína de toda a estrutura social, já que ela se constituiu sobre a base da família. Para os neoconservadores, segundo Almeida (2018, p. 28), foi a ruptura com essas bases que apagou as “diferenças naturais existentes entre os indivíduos”, como as de classe, entre os sexos e raciais. Seguindo essa lógica, esses são elementos que sempre fizeram parte da ordem social e abandoná-los levaria a uma “degradação cultural sem precedentes (...). A prova disso estaria, segundo o pensamento neoconservador, na ‘infestação’ de *hippies*, sindicalistas, estudantes, comunistas, negros e feministas, grupos que ganharam força em razão da permissividade e do

assistencialismo estatal.” (ALMEIDA, 2018, p. 28). No entanto, o que vemos, na realidade, é a família dos mais pobres repetindo o lugar-social dos escravos: os mais pobres no Brasil ainda fazem o mesmo tipo de serviço há 500 anos, são basicamente escravos domésticos. A sociedade que se quer manter é a escravocrata. (SOUZA, 2017)

Outro discurso é o que afirma “incompetência, ignorância ou venalidade do eleitorado mais pobre”, que se disseminou após a reeleição de Lula. Além do desrespeito aos resultados eleitorais, esse discurso afirma uma suposta racionalidade superior em relação às classes mais pobres do país, principalmente o Nordeste. Por oposição a esse pensamento, essa versão contemporânea do conservadorismo também carrega uma outra defesa das elites, que são “consideradas por muitos como mais aptas ao exercício do governo” (ALMEIDA, 2018, p. 28). Coloca na pauta conservadora a busca pela “restauração da autoridade da lei, do restabelecimento da ordem e da implantação de um estado mínimo que não embarace a liberdade individual e a livre iniciativa.” (ALMEIDA, 2018, p. 28). Somada ao modelo tradicional de família da classe média, o capitalismo - vinculado umbilicalmente à direita -, para se manter em pleno funcionamento, também precisa manter suas formas sociais básicas, as quais são a “*forma mercadoria*, a *forma dinheiro*, a *forma Estado* e a *forma jurídica*” (grifo do autor). A sociabilidade básica do capitalismo funciona a partir da troca entre produtos, que têm o dinheiro como denominador comum. Nesse sentido, o sujeito que tem poder aquisitivo dentro do capitalismo é o *sujeito de direito* (grifo do autor). A ideologia da direita representa, sempre, a existência e as exigências de forças sociais empenhadas em conservar determinados privilégios, isto é, “em conservar um determinado sistema socioeconômico que garante o estatuto de propriedade de (...) que tais forças são beneficiárias. Daí o *conservadorismo* intrínseco da direita” (KONDER, 2009, p. 27-28). Essa condição, o dinheiro e a propriedade das mercadorias são protegidos pelo poder político centralizado, responsável também por manter a ordem social - ou seja, a estrutura em funcionamento. Para Almeida, o Estado é esse poder e, como tal, “sempre será, de um jeito ou de outro, uma força conservadora, na medida em que precisa atuar na preservação das formas sociais básicas do capitalismo” (ALMEIDA, 2018, p. 29).

Esse *sujeito de direito* nada tem a ver com dignidade ou com assistência para suas necessidades materiais, mas sim em se mostrar como livre e igual quando da relação mercantil. Somou força com o discurso de que os direitos humanos protegem bandidos e com as críticas aos programas sociais, reforçadas pela ideia de meritocracia: a desigualdade é “uma retribuição justa às diferenças entre os indivíduos” (MIGUEL, 2018, p. 23). A renovação do discurso meritocrático foi o que serviu de alento para as novas classes médias, cujo medo é perder sua

diferença em relação aos mais pobres. Para Miguel (2018, p. 24), “a busca da distinção social é um componente central da dinâmica das sociedades contemporâneas, e o acesso ao consumo é uma das principais formas pelas quais essa distinção se manifesta”. Acrescenta-se a esse sentimento também o reflexo material oriundo da política de redução das diferenças sociais. No mercado de trabalho, a mão de obra que antes estava disponível a preço vil e que beneficiava essa classe média (por exemplo, as empregadas domésticas) conseguiu migrar para outras ocupações durante o governo do Partido dos Trabalhadores, com melhores salários e condições de trabalho. Somada a isso, a extensão dos direitos trabalhistas às empregadas domésticas tornou essa atividade profissional mais cara para os contratantes, reduzindo seu acesso mesmo entre as novas classes médias. Além disso, a democratização do acesso ao ensino superior ameaçava a grande *vantagem comparativa* da classe média: o diploma como legado aos seus filhos, argumento utilizado até então para reforçar a sua disparidade com os mais pobres e esse distanciamento que, além de material, também se construiu culturalmente. A valorização da família tradicional estruturada também é um argumento de segregação, visto que os escravos deveriam ser humilhados, mortos, e os pobres de hoje, enquanto representação dos escravos, são vistos da mesma maneira (SOUZA, 2017).

Todas essas movimentações irritaram essa parcela da população, que direcionou sua má vontade à repulsa à corrupção e a mais um discurso, o da decadência moral, que atribuiu ao PT toda a responsabilidade pelos desvios éticos na política brasileira, reforçando o sentimento antipetista. Para o autor, “forma-se um nexo importante entre a percepção da corrupção petista e o preconceito de classe.” Seguindo essa linha de pensamento, Miguel reforça que ainda mais grave que a “paulatina ampliação do politicamente dizível”, ou seja, a livre expressão desses discursos preconceituosos, é a emergência de um discurso contrário à solidariedade social propagado pela extrema-direita, o que “permitiu que uma fatia importante das classes médias assumisse de forma clara seu desconforto com a redução da distância que a separava dos pobres”; assim, quando um governo está no poder e tenta diminuir a distância entre as classes, ele cai. Isso resulta de um trabalho prévio de “demolição da noção de solidariedade social que fundamentava o consenso, existente ao menos da boca para fora, sobre a necessidade de construir um Brasil mais justo. Este foi o grande trabalho ideológico da direita nos últimos tempos.” (SOUZA, 2017; MIGUEL, 2018, p. 23-26).

Para Carapanã (2018, p. 34), o aglomerado ideológico da nova direita inclui ideias do conservadorismo, do libertarianismo e do reacionarismo. “A essas ideias somam-se outras que remetem à apologia do eugenismo e da segregação racial que fazem com que a nova direita flerte, de maneira consciente ou inconsciente, com construtos que remetem ao nazismo e ao

fascismo”. A diferença da nova direita para a antiga, segundo Carapanã, é o rompimento com os pressupostos da democracia liberal. Assim, é natural que se posicione contra muitas conquistas progressistas do século XX: “a Declaração Universal dos Direitos Humanos, os direitos trabalhistas, todo o conjunto de direitos da mulher que veio da revolução sexual, instituições políticas multilaterais em nível internacional e, também, o direito universal ao voto e à cidadania plena” (CARAPANÃ, 2018, p. 35). Casimiro reforça, afirmando que “a nova direita brasileira não possui uma homogeneidade ideológica, mas comporta distintas orientações, desde a influência monetarista da Escola de Chicago, o neoliberalismo austríaco ou mesmo vertentes mais fundamentalistas, como o libertarianismo” (2018, p. 45).

Segundo Lowy (2015, p. 663), além de todas essas questões já apresentadas e alinhado às novas direitas como “direitas sem vergonha”, “o elemento mais preocupante da extrema-direita conservadora no Brasil (...) é o apelo aos militares”. Na perspectiva de Chauí (2015, *apud* MORAIS, 2019, p. 154), a partir de 2015 fica mais evidente o crescimento da demanda pelo retorno da ditadura militar no Brasil. Para ela, a convergência entre as pautas da chamada “Bancada BBB”¹⁹ decorre, entre outros aspectos, “da reformulação evangélica da concepção neoliberal de indivíduo dentro das estruturas sociais excludentes da sociedade brasileira, perpassando os âmbitos político, social, econômico e religioso” (CHAUÍ, 2015, *apud* MORAIS, 2019, p. 154). A manutenção das estruturas, seguindo o pensamento da filósofa e compartilhado por Moraes (2019, p. 155), se perpetua “através do exercício da violência estruturante, a qual, historicamente, tem funcionado como o principal meio, sobretudo do Estado, de manutenção da ordem pública”. Para o autor, a relação entre violência estruturante e ordem pública “funda-se nos ideais de hierarquia, de verticalidade, de conservadorismo e de autoritarismo, bem como pela afirmação dos privilégios como direitos das classes mais abastadas e dos direitos dos grupos marginalizados como assistencialismos” (2019, p. 155).

O lugar para onde todas essas linhas convergem é o inimigo em comum. “A ideia de um ‘marxismo cultural’ criava um adversário comunista praticamente onipresente: na educação pública, na mídia, nos ativistas dos direitos civis, na indústria do entretenimento etc.” (CARAPANÃ, 2018, p. 39). Para o filósofo Leandro Konder, as forças sociais da direita “só se unem para os objetivos limitados da luta contra o inimigo comum” (2009, p. 28). Carapanã (2018, p. 39) reforça que, “mais do que simplesmente anticomunista, a nova direita flerta com ideias do nazifascismo e, consciente ou inconscientemente, contribui para normalizá-las”. Para

19 Termo utilizado para se referir conjuntamente às bancadas armamentista (“da bala”), ruralista (“do boi”) e evangélica (“da bíblia”) no Congresso Nacional, cujas agendas estão alinhadas à perspectiva política da direita e ao conservadorismo.

o pesquisador, historiador e sociólogo Mauro Iasi (2009, p. 13), “o fascismo é uma expressão política de direita que se liga ao capitalismo em sua fase monopolista na qual o Estado passa a ser essencial à manutenção e reprodução do capital”. Tem-se, sob esse aspecto, um sinal de alerta, visto que, conforme Konder (2009, p. 60), “de maneira geral, todo o pensamento de direita que, ao longo do século 19, se empenhou na ‘demonização’ da esquerda, desempenhou um papel significativo na preparação das condições em que o fascismo pôde, mais tarde, irromper”. E embora a esquerda tenha se apropriado desse termo para atacar as novas direitas, o autor reforça que um uso voltado principalmente à agitação ou provocação “pode impedir a esquerda, em determinadas circunstâncias, de utilizar o conceito com o necessário rigor científico e de extrair do seu emprego, então, todas as vantagens políticas de uma análise realista e diferenciada dos movimentos das forças que lhe são adversas”. É importante ter isso em mente porque, como já vimos anteriormente, “nem todo movimento reacionário é fascista”, assim como “nem toda repressão (...) exercida em nome da conservação de privilégios de classe ou casta é fascista” (KONDER, 2009, p. 25).

Na verdade, “o fascismo representou, na história contemporânea da direita, uma enérgica tentativa no sentido de superar a situação altamente insatisfatória” que a contradição entre a busca da universalidade na ideologia da direita e a demora em legitimar, com seus princípios ideológicos “generosos”, as jogadas pragmáticas dos líderes políticos havia causado (KONDER, 2009, p. 28-29) - uma contradição, em síntese, entre teoria e prática. Suas articulações são particularistas e “a representação de cada grupo se esforça por apresentar seu ponto de vista como mais válido, quer dizer, *mais universal* que os demais grupos” (KONDER, 2009, p. 29). Para elaborar as suas próprias concepções, essa vertente da direita emprestou ideias do “campo do inimigo”, inclusive estudando Marx. Mussolini, como articulador do movimento fascista na Itália, se incumbiu, então, de vender à burguesia sua própria interpretação da luta de classes, que ele encarava como realidade trágica insuperável: “o que precisava fazer era discipliná-la, e o único agente possível dessa ação disciplinadora teria de ser uma elite de novo tipo, enérgica e disposta a tudo” (KONDER, 2009, p. 32).

Outro conceito reinterpretado pela perspectiva fascista, oriundo do pensamento de Marx, foi o conceito de *ideologia*. “Em lugar de se reconhecerem *socialmente condicionados* (como em Marx), as verdades passaram a *morrer*, sistematicamente, *pregadas na cruz da utilidade circunstancial que o cinismo dos fascistas encontrava para elas*” (KONDER, 2009, p. 33, grifos do autor). No entanto, ainda era necessário um princípio que pudesse ser posto acima de qualquer discussão, “capaz de funcionar como bússola quando o barco tivesse de manobrar em meio à tempestade, um valor supremo que nunca se degradasse e pudesse

alimentar incessantemente a chama da fé no coração dos combatentes”. E esse mito criado, então, foi a pátria, à qual foi atribuída uma *unidade fictícia, idealizada*. (KONDER, 2009, p. 35-36). Esse mito espelhava nas classes mais baixas o sonho de se ver igual, ignorando as condições de exploração a que estavam submetidos; “os trabalhadores eram convidados a ver em seus compatriotas capitalistas (...) *colegas proletarizados (ou em vias de proletarização), vítimas de um sistema de exploração internacional*” (KONDER, 2009, p. 37). Concepção que também foi adotada por Hitler, na Alemanha. Esse pretense nacionalismo exige uma manipulação das massas populares, porém, com o mito da nação sendo exponencialmente bradado, “o fascismo conseguiu recrutar adeptos em todas as classes sociais (inclusive nas classes que nada teriam a lucrar com a sua política)” (KONDER, 2009, p. 43). Para o filósofo, “como *chauvinistas*, os fascistas eram, no fundo, incapazes de amar a nação *real* a que pertenciam, eram incapazes de aceitá-la como uma comunidade ‘imperfeita’, cheia de divisões internas” (2009, p. 75).

Konder sintetiza essa expressão política da direita como um movimento que busca fortalecer as condições de implantação do capitalismo monopolista de Estado com uma política que favorece a crescente concentração de capital. Além disso, “é um movimento político de conteúdo social conservador, se disfarça sob uma máscara ‘modernizadora’, guiado pela ideologia de um pragmatismo radical, servindo-se de mitos irracionalistas e conciliando-os com os procedimentos racionalistas-formais de tipo manipulatório” (2009, p. 53). Também carrega características antiliberais, antidemocráticas, antissocialistas, antioperárias e chauvinistas. Para Konder, “seu crescimento num país pressupõe condições históricas especiais, pressupõe uma preparação reacionária que tenha sido capaz de minar as bases das forças potencialmente antifascistas (enfraquecendo-lhes a influência junto às massas)”, além das condições da “sociedade de massas de consumo dirigido” e da existência do capital financeiro (fusão do capital bancário com o capital industrial) (2009, p. 53).

Assim como se expressa nas novas direitas, a classe social dominante no fascismo clássico era a pequena burguesia. Com a derrota do fascismo clássico, após a guerra, “nos países onde o sistema capitalista se manteve, entretanto, os fascistas começaram a buscar, pouco a pouco, novos meios para se reorganizarem” (KONDER, 2009, p. 157). Na atualidade, cresce o temor sobre os frutos desse regime. É nítido que, em sua expressão clássica, o fascismo não se sustenta. No entanto, suas adaptações e a radicalização dos deslocamentos para a direita vivenciados na atualidade, as pressões políticas correspondem às exigências “dos *setores mais reacionários do capital financeiro* (...) e que, nas condições atuais do sistema imperialista,

continuam a necessitar de uma política tendencialmente fascista para defender o capitalismo monopolista de Estado.” (KONDER, 2009, p. 165, grifo do autor).

Nesse sentido, entre os diversos fatores que ajudam a determinar o êxito das novas direitas no Brasil, percebemos um movimento semelhante ao que ocorre com a Quarta Onda do Feminismo. Além das identidades coletivas, criadas e reforçadas por meio das mídias sociais digitais, apresentam-se, também, “mudanças nas estruturas de oportunidades políticas que criam momentos mais propícios para a ação de determinados grupos e, nos últimos anos, a habilidade no uso (e a própria lógica) das mídias sociais” (ROCHA, 2017, p. 48). Casara (2018, p. 75) é cirúrgico ao lembrar-nos que “a mídia tem a capacidade de fixar sentidos e reforçar ideologias, o que interfere na formação da opinião pública e na construção do imaginário social”. É sob essa perspectiva que verificamos, a seguir, a atuação das novas direitas utilizando-se da comunicação e, mais precisamente, das mídias sociais digitais.

1.2 NOVOS MEIOS, VELHOS DISCURSOS

Konder relata que durante as pesquisas para elaboração de *Introdução ao Fascismo* (2009) se deparou com uma vasta e contraditória literatura, cujo *uso social* implicava “*impedir que o fascismo fosse efetivamente compreendido, implicava confundir e enfraquecer as forças capazes de se opor com firmeza às tendências fascistas*” (2009, p. 23, grifo do autor). Durante a graduação em jornalismo, estudamos a perspectiva de sucesso que esse regime obteve em relação à comunicação, principalmente a respeito de seus discursos de ódio. Lobo (2018, p. 69) reforça que o Nazismo “se utilizou largamente da publicidade, do cinema e de outros meios de comunicação para avanço de seu ideário de ódio dentro da população alemã”. Konder (2009, p. 47) traz que esse foi o primeiro movimento conservador que, “com seu pragmatismo radical, serviu-se de métodos modernos de propaganda sistematicamente explorando as possibilidades que começaram a ser criadas por aquilo que viria a ser chamada de *sociedade de massas de consumo dirigido*”.

No item anterior, fizemos um panorama sobre as novas direitas e, ao trazermos as referências de comunicação empregadas com sucesso pelo fascismo clássico, não estamos unificando as perspectivas políticas, mas sim ressaltando que, mesmo se tratando de um novo momento para a(s) direita(s), a comunicação ainda é uma ferramenta importante para ampliação e fortalecimento de seus discursos e esses últimos, sim, se aproximam. Casara (2018, p. 76) nos dá suporte, afirmando que “a propaganda neoliberal, de fórmulas mágicas e revolucionárias, torna-se no imaginário da população a nova referência de transformação e progresso”,

contribuindo para a popularização dessa perspectiva. Para Casimiro (2018, p. 43), “a reprodução desse tipo de concepção passou a ganhar muita força em virtude dos novos meios de comunicação digital e das redes sociais”, sem diferenciação entre as classes que, na efetivação da perspectiva política neoliberal, não obtêm vantagem. Desde 2013, conforme Silveira (2015 *apud* MORAIS, 2019, p. 156), o uso das mídias sociais digitais pelas novas direitas vem organizando manifestações e canalizando, de forma eficiente e significativa, “as perspectivas de grupos conservadores de distintos matizes e tradições para concordâncias a respeito de temas como orientação sexual, políticas de gênero e criminal, educação, concepção de família e outros debates centrados na discussão dos valores morais”.

Há algo preocupante nessa crescente popularização desses discursos. “Além da maior difusão do pensamento liberal-conservador, narrativas revisionistas e as *fake news* passaram a ‘redimir’ determinados discursos de ódio, tidos como inaceitáveis e repulsivos por décadas pela maioria da sociedade” (CASIMIRO, 2018, p. 44). Esse paralelo é importante devido às similaridades entre os discursos que estão sendo disseminados na atualidade e, de acordo com Maitino (2018, p. 115), “os discursos de políticos da direita brasileira devem ser um material central para estudá-la, sinalizando os valores que sustentam as coalizões, as fronteiras entre grupos e as divergências entre diferentes formações de direita”.

Como nos passos seguidos pelas novas direitas, “o fascismo percebeu agilmente que esse crescente investimento na propaganda, servindo-se de novas técnicas e de novos meios de comunicação, abre também novas possibilidades para a ação política, e tratou de aproveitá-las”. (KONDER, 2009, p. 47). O que muda, na atualidade, são os meios: “os debates nas redes sociais, operados por milhões, desafiam o discurso controlado dos meios de comunicação de massas”. (CASTELLS, 2013, online). A partir dessa colocação, não quero dizer ou mesmo sugerir que a mídia tradicional tem se contraposto ao discurso das mídias digitais - e nem é possível aglutinar todas essas manifestações como “o discurso”, já que essa é a grande janela aberta por esses novos canais: a pluralização. No entanto, é por onde as milhares de vozes têm se encontrado, se unido e feito coro. É a multiplicação de várias autocomunicações, conforme Castells (2013, n.p), que trazem “autonomia na emissão de mensagens, autonomia na seleção da recepção de mensagens, autonomia na organização de redes sociais próprias e na organização de um hipertexto cognitivo e formativo em que estão todas as informações digitalizadas”. Para Morais (2019, p. 156), o discurso da extrema-direita atual no Brasil se (re)organiza simbolicamente e converge para distintas culturas conservadoras, como o entendimento de cada indivíduo como investimento/empresa; a propriedade privada como direito sagrado, acompanhada pelo acúmulo de riqueza como principal indicativo de liberdade e de progresso;

a família cristã como reflexo dos valores morais; “a rigidez corporativa/hierárquica como princípio da organização social, (...) a (re)aproximação entre Estado e Religião como garantia de hegemonia política dos grupos dominantes e (...) o uso da violência como condição estruturante da ordem e do progresso”.

Outra semelhança com o discurso que alimentou o fascismo é que a imagem difundida, tal qual ocorreu no regime fascista, disfarça o conteúdo social conservador e foca atenção no “‘estilo novo’, ‘dinâmico’, nas potencialidades ‘modernizadoras’” (KONDER, 2009, p. 48). Assim, estabelecemos a ligação entre esse discurso com o discurso defendido por Jair Bolsonaro, unindo, inclusive, a exaltação nacionalista em seu mote de campanha “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, que também é o brado da Brigada de Infantaria Paraquedista do Exército e repete o lema da Alemanha nazista de Adolf Hitler, “Alemanha acima de tudo”²⁰, ou seja, um representante autodeclarado de direita, cujo mote exalta o mito nacionalista e a religião, aproximando-se do discurso fascista que destacamos no item anterior. Com um discurso “opondo comunismo, autoritarismo e fragmentação a capitalismo, democracia e unidade nacional – o [então] deputado constrói um discurso pautado no antipetismo.” (MAITINO, 2018, p. 123). Esse discurso ganha coro nas mídias sociais digitais e reúne seus adeptos, que vêm embalados pelas manifestações pró-impeachment da presidenta Dilma Rousseff e se unem contra o inimigo comum, constituindo e reforçando o antipetismo, colocando tudo o que não se enquadra como direita automaticamente no extremo oposto, reduzindo ao conceito de esquerda.

Segundo o jornalista José Fucs, em matéria veiculada pelo Estado de São Paulo ainda em 2017, uma pesquisa realizada em março daquele ano pela ePoliticSchool contabilizou o número de interações (curtidas e compartilhamentos) em páginas de direita e de esquerda. Na primeira, o número chegou a 14,7 milhões no período, enquanto as páginas de esquerda tiveram menos da metade de interações, com 7,1 milhões registros. Além disso, “a pesquisa, realizada em 150 páginas de influenciadores, mídia, políticos e partidos, apontou também que 60,5% dos fãs das páginas analisadas eram ligados a correntes de direita” (FUCS, 2017, online). Dada a eleição de Jair Bolsonaro à presidência do Brasil em 2018, imagina-se que os números de interações sejam ainda mais significativos atualmente.

Martín-Barbero (2005, p. 19) afirma que “a informação se converteu em um novo paradigma de organização da sociedade”, perpassando as questões de acesso e distribuição das mídias, além de questões técnicas intrínsecas ao funcionamento da internet, especificamente, como algoritmos, por exemplo, ou os *bots*, que têm desempenhado papel importante quando se

²⁰ *Deutschland über alles*, no idioma original.

trata da comunicação via mídias sociais e disseminação desse discurso de ódio na atualidade. “Como esses bots garantem um enorme volume de interações programadas e automáticas (...), o uso dos mesmos, para além de garantir à publicação a máscara de qualidade, ainda proporciona uma elevação do alcance inicial potencial da mesma”, explica Lobo (2018, p. 73). Aprofundaremos a discussão acerca da atuação dos bots mais adiante na dissertação, quando abordaremos outras atuações em que essas ferramentas têm se destacado. No entanto, é importante frisar a relação íntima que *bots* possuem em relação aos discursos, principalmente de ódio, da atualidade e seu alinhamento com a pauta das novas direitas. Lobo (2018, p. 73) nos lembra que “um verdadeiro exército de bots invade qualquer discussão iniciada, em qualquer página, com o simples intuito de disseminação de discurso de ódio, se pautando sempre em posições retrógradas e, muitas vezes, desumanas”, buscando inserir algorítmicamente a pauta em relevância para as mídias sociais e isso, “quando consideramos o universo da política e sua reverberação nas e pelas redes sociais, nos mostra consequências gravíssimas e que preocupam o futuro das democracias” (LOBO, 2018, p. 74).

A técnica para efervescer as discussões e alimentar a militância da “direita sem vergonha”, que não se esconde mais e nem tem mais pudor em se associar ao Golpe Militar de 1964 no Brasil - inclusive sai às ruas em sua defesa com certa frequência na atualidade -, é unificada: o inimigo comum, atribuído ao comunismo e materializado no antipetismo, com o fim de manter o *status quo* da sociedade atual. “O medo do comunismo não aparece mais entoadado pelos políticos, mas, pelos próprios usuários, militantes ou não, em suas redes sociais” (LOBO, 2018, p. 74). Outro reforço que essa movimentação recebe é o que Pariser (2012) chama de “filtro invisível”, que consiste, basicamente, em uma bolha retroalimentada por assuntos hiperpersonalizados a partir das ações de cada usuário. Ou seja, quando o usuário se engaja com discurso de ódio, ele afirma aos algoritmos que esse é um conteúdo que ele está disposto a consumir e, a partir disso, passa a receber mais e mais conteúdos semelhantes, isolando-se de perspectivas diferentes e constituindo uma bolha comunicacional e informativa, já que o sistema é programado para a cada clique do usuário oferecer a ele conteúdos semelhantes com o maior potencial de cliques possíveis. Assim, a verdade começa a aparecer de maneira fragmentada, a partir de um caleidoscópio: o olhar muda para cada tipo de comportamento, para cada leitor, e a unidade se perde.

Seguindo a perspectiva de Barros (2007, p. 150), “o discurso intolerante é, sobretudo, um discurso de sanção aos sujeitos considerados maus cumpridores de certos contratos sociais (por exemplo, de branqueamento da sociedade, de pureza linguística)” e que, portanto, devem ser reconhecidos “como pretos ignorantes, usuários de língua incorreta, índios, bárbaros, judeus

exploradores, árabes fanáticos, e punidos (com a perda de direitos, de emprego, com a morte)”, reforçando o caráter de ódio potencializado pela ação na e com as mídias sociais digitais. Conforme Castells (2013, online), apesar de a rede não garantir totalmente a liberdade, torna mais difícil a opressão. “A censura permite identificar e punir o mensageiro, mas não pode deter a mensagem”, o que favorece que esses discursos sejam potencializados a fim de conquistar relevância a partir do funcionamento das ferramentas - por meio da utilização de robôs programados para disseminar a mesma informação em volume, por exemplo. É o que Prudêncio coloca como uma inversão da censura, pois, “ao invés de falta de informação, o que se tem é uma superabundância dela.” (2005, p. 11). No entanto, como mencionamos de maneira superficial anteriormente, é também na perspectiva de mobilização e de luta pela conquista e pela manutenção de direitos que essas mídias são utilizadas, visto que se configuram como espaço público (CASTELLS, 2013). “O espaço público é o espaço em que a sociedade se liberta e constrói suas decisões coletivas para que sejam processadas pelas outras esferas da sociedade” e isso, para o sociólogo, é fundamental num sistema de poder, principalmente na democracia. Na sequência desta pesquisa, apresentaremos como a centralização da internet no pleito de 2018 não é, necessariamente, um evento pontual, mas sim construído ao longo dos últimos anos e como seu potencial foi explorado ressignificando perspectivas da comunicação para favorecer tanto projetos político-econômicos de poder quanto a reorganização de movimentos sociais pela perspectiva do ativismo digital.

2 A INTERNET NO CENTRO DAS ELEIÇÕES 2018

“As redes sociais digitais oferecem a possibilidade de deliberar sobre e coordenar as ações de forma amplamente desimpedida” (Castells, 2017, p. 24)

O pleito eleitoral à presidência do Brasil no ano de 2018 ficou marcado por diversas razões. Foi a oitava eleição para presidente da república desde a constituição de 1988 e contou com o maior número de candidatos desde o primeiro pleito após a redemocratização, em 1989: em 2018, 13 pessoas concorreram ao cargo máximo do poder Executivo nacional. Mas, para além disso, seguindo as tendências de outros aspectos da vida sociopolítica atual, as Eleições 2018 foram marcadas como uma disputa francamente digital. Apesar de um período de campanha menor em relação aos demais - o primeiro turno foi reduzido à metade em relação a 2014 -, a liberação de ferramentas de financiamento coletivo online para que candidatos arrecadassem fundos e a permissão para utilizar mídia digital paga, além da proibição da propaganda eleitoral via telefone, modificaram significativamente a estrutura de divulgação dos candidatos, que encontraram espaço, eco e engajamento online.

Nesse cenário, discursos de ódio também foram amplificados, além de angariar novos adeptos e resgatar os que andavam em silêncio. As notícias falsas (*fake news*, expressão escolhida como a palavra do ano de 2017 pela editora britânica Collins) se tornaram parte do cotidiano, inclusive ferramenta eleitoral e gatilho para se pensar mais seriamente as normas e regulamentações que regimentam o ambiente online, com o agravante de se colocar na mesma balança uma fiscalização com fins de interesse público e o respeito ao direito constitucional da liberdade de expressão e da privacidade. O jornalismo foi um dos principais afetados, visto que sofreu golpes de descrédito justamente ao ser comparado com as notícias falsas, assunto que detalharemos melhor no próximo item deste capítulo.

A utilização das mídias sociais digitais com maior ênfase, a grande circulação de *fake news* e o que chamamos de eco proporcionado pela internet fez com que prestássemos atenção nessa emergência dos discursos extremos de ódio e a polarização violenta que se configurou. De um lado, todos os movimentos da nova direita que emergiram de forma bastante impactante, com discursos unificados pelo conservadorismo dos costumes e liberalismo econômico, uma dicotomia que não pareceu contraditória aos seus adeptos. De outro, movimentos mais voltados à esquerda, com pautas plurais e discursos múltiplos, frequentemente competindo entre si e perdendo força. Apesar de a dualidade entre esquerda e direita ser frequentemente exposta durante esses períodos, mesmo que de forma errônea, 2018 foi um ano bastante atípico em

relação ao palco dessas discussões, a internet. A tecnologia desenvolvida com objetivo de trocar informações entre os militares, configurada em meio pela maneira como os usuários a utilizam e que já vinha ganhando importância significativa desde as Jornadas de Junho de 2013 e o pleito de 2014, configurou-se como centro do debate.

Porém, nem só situações negativas vivemos naquele período: também foi em 2018 que vimos a internet potencializar de maneira muito expressiva os movimentos sociais, principalmente das mulheres, que compreenderam a importância de unir as diferentes pautas inseridas nas várias vertentes do movimento feminista e incluíram os homens em suas manifestações - algo extremamente produtivo, visto que a desconstrução da sociedade patriarcal em que o feminismo é necessário passa, impreterivelmente, pela reconstrução sociocultural dos protagonistas do machismo, os homens. O que podemos adiantar ao leitor que acompanha o desenvolvimento deste trabalho é que trataremos aqui a internet como uma representação da realidade, uma possibilidade de leitura do momento sociopolítico vivenciado na jovem república federativa do Brasil.

Esse atravessamento nos nossos modos de vida que vem inserindo a internet em todas as esferas do nosso cotidiano sem pedir licença tem impactado de maneira diferente cada uma das gerações que convivem na atualidade. Desde aqueles que viram o surgimento e o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) até aqueles que temos chamado de nativos digitais, que já nasceram inseridos em uma sociedade completamente alterada em função da disseminação da internet. Como apontam Preto e Riccio (2010, p. 157), “há uma nova forma de pensar e de se produzir conhecimentos, com uma outra lógica que considera os processos comunicacionais – quase instantâneos – como elementos transformadores das realidades locais”.

Sabemos que o público ainda não percebeu que também pode ser manipulado pela internet, assim como já acontece com a televisão e com o rádio, que competem pela atenção das pessoas em troca do dinheiro dos anunciantes. Também sabemos que não é de hoje que os boatos e as notícias falsas circulam. A problemática contemporânea tem sido seu modo de distribuição. “Um estudo do MIT aponta: no Twitter, *fake news* se espalham seis vezes mais rápido que notícias verdadeiras” (HARRIS, 2020 in DILEMA..., 2020). A internet e essas situações serão o foco deste capítulo, cuja discussão será conduzida principalmente por Castells (2013) e Pariser (2012). Aqui, também, daremos uma atenção maior para elementos das campanhas do então candidato Jair Bolsonaro, cujas estratégias digitais estão entrelaçadas com o tema desta pesquisa, visto que as notícias falsas beneficiaram a candidatura supracitada, principalmente no segundo turno das Eleições 2018. Também não podemos deixar de citar a

importância política, pela perspectiva da potencialização da liberdade de expressão, das mídias sociais digitais e seu acesso fácil e gratuito, muito menos ignorar a força desses movimentos espontâneos que somente se tornam possíveis em uma sociedade em que cada um é sua própria mídia com potencial de massa. (CASTELLS, 2013; PRIMO, 2013)

2.1 FAKE NEWS E A IMPRENSA

Briggs e Burke (2006, p. 302) analisaram o surgimento da internet a partir de uma perspectiva de liberdade e empoderamento aos sujeitos, “oferecendo vantagens sem precedentes à sociedade”. Embora pareça piegas relembrar o surgimento da internet em pleno 2020, particularmente neste trabalho vemos o quanto é necessário resgatarmos o sentido de coisas que estão marcadas em um tempo não muito distante, mas que, simultaneamente, parecem ter adquirido novos significados nos dias atuais a partir da constante apropriação e reapropriação individual. Retomando, então, o surgimento da internet, seu principal propósito era militar, na década de 1960, para fins de troca de informações a longa distância de maneira ágil e eficaz. Tirando os modos e os meios como individualmente a utilizamos, parece que seu fim, a sua essência, permanece a mesma. O que muda são os produtos que circulam, o teor dessas informações, bem como seus objetivos. De acordo com o título do presente capítulo, aqui trataremos pontualmente do teor falso das informações, denominadas *fake news*.

De acordo com Felinto (2011, p. 52), “a pesquisa sobre a dimensão histórica do tecnológico é vital: para entender que espécies de temporalidade resultam da utilização e popularização das diferentes mídias”. Conforme o autor, a importância disso está também na “consideração fundamental da materialidade dos meios e dos contextos históricos nos quais eles emergiram.” (ZIELINSKI, 2006, p. 5 *apud*). Nesse sentido, a instantaneidade, uma das principais potencialidades da internet, é também um de seus maiores gargalos. Explico: na mesma medida que a torna um dos primeiros (se não o primeiro) meio a que se recorre para buscar informações de qualquer cunho, também é o primeiro espaço por onde se propagam as notícias falsas e desinformações. Além disso, o fato de não haver uma programação a ser seguida contribui para que muitas pessoas busquem justamente a internet como primeira ferramenta de informação, uma vez que há a possibilidade de acesso em qualquer horário. (SOARES, 2013, p. 9). Dados da Pesquisa TIC Domicílios (2019) apontam que 56% dos usuários da internet consomem jornais, revistas ou notícias na web e 38% do total da população consumiram notícias online. Além disso, há que se considerar o que Eli Pariser (2012) nomeou como “filtro invisível”, uma consequência da programação dos algoritmos da internet. Eles

atuam na hiper personalização dos conteúdos consumidos online ao ponto de inibir acesso a conteúdos divergentes, sem distinguir aquilo que é verídico do que não é. Assim, conforme Bittencourt (2015, p. 127), “ideais de conectividade cívica, democracia e transparência, anunciadas no início da popularização da internet e da web, são fortemente tolhidos”.

Na prática, as *fake news* funcionam, antes de serem distribuídas, precisam ser produzidas. Os atores sociais envolvidos travam uma certa disputa com a mídia informativa, que é considerada um de seus principais adversários. Assim, “eles produzem sobre esta um fator de desestabilização da sua perícia. Ou seja, reivindicam a posse da verdade da informação contra os ‘desvios’ da comunicação de massa. Mas na produção da informação própria utilizam as convenções legitimadas do jornalismo” (PRUDENCIO, 2005, p. 1). Passam a ser criados sites que se disfarçam de veículos jornalísticos e enganam os leitores, utilizando nomes de fontes conhecidas para gerar credibilidade aos conteúdos mentirosos (frequentemente criados para atacar a produção jornalística realizada por outro veículo - outra dicotomia que parece razoável aos seus adeptos). O conteúdo gerado por esses sites se soma a correntes, memes e vídeos, por exemplo, que tem uma entregabilidade²¹ nas mídias sociais digitais muito mais eficaz do que conteúdos em texto, por exemplo, e até mesmo conteúdos desmentindo *fake news*. O objetivo principal é descontextualizar informações, confundir o leitor e direcionar sua formação de opinião, e é aí que reside o perigo à democracia: todas as decisões que tomamos são baseadas nas informações que dispomos. Assim, além de fragilizar a relação com o jornalismo sério e de credibilidade, bem como a perícia de profissionais desta área na construção da informação, o que esses movimentos propagadores de mentiras fazem é manipular determinada parcela da população para seus próprios interesses. No entanto, considerando a concepção de Castells (2013) que entende a internet como um espaço público, um ciberespaço público, apesar de suas intenções serem bem definidas e os objetivos claramente traçados, os atores que produzem esse tipo de conteúdo não detêm o controle sobre sua repercussão na rede e fora dela.

Nas Eleições 2018 vimos um aumento excepcional de notícias falsas serem emitidas contra o então candidato de oposição a Bolsonaro, Fernando Haddad, e seu mentor político, o ex-presidente Lula, representantes do Partido dos Trabalhadores (PT), às vésperas da votação no primeiro turno. Segundo análise da agência de verificação Aos Fatos²², duas temáticas

21 No mundo digital, entregabilidade é a taxa gerada por meio de um cálculo que analisa número seguidores que recebem determinados conteúdos a partir da avaliação algorítmica que determina seu potencial alcance para o maior número possível de usuários. Geralmente conteúdos humorísticos, polêmicos e peculiares possuem altas taxas de entregabilidade, pois engajam um número maior de usuários em seus posts.

22 Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/>>.

principais guiaram a produção de mentiras: enfática e constantemente relacionar candidatos adversários de Bolsonaro às pautas de minorias, como a agenda LGBT e o direito ao aborto, por exemplo, e colocar em dúvida a segurança do voto eletrônico no Brasil com teorias conspiratórias. Além disso, a agência também apontou as principais notícias falsas propagadas durante a campanha de Bolsonaro à presidência em 2018 (BARRAGÁN, 2018):

1. O “kit gay”: esse é o apelido dado pelos eleitores de Bolsonaro para o projeto Escola sem Homofobia, desenvolvido pelo Ministério da Educação em 2011, sob a gestão de Fernando Haddad. O projeto buscava oferecer formação para professores lidarem com os preconceitos, os direitos da comunidade LGBT, a luta contra a violência e o respeito à diversidade entre jovens. Sob o argumento de sexualizar as crianças e ensinar ideologia de gênero nas escolas, foi alvo de uma forte campanha de mentiras cujo objetivo era desqualificar o candidato adversário. O projeto foi vetado pela então presidenta Dilma Rousseff, sob pressão da bancada evangélica. A imagem que ilustra a notícia falsa chegou a 63 mil compartilhamentos no momento da captura abaixo (Figura 01).

Figura 01 - Post sobre o “kit gay” no Facebook



Fonte: Barragán, 2018

2. O homem que apunhalou Bolsonaro: essa versão da história envolveu até uma montagem com uma fotografia a fim de garantir credibilidade. Depois da famosa facada acontecida em setembro de 2018, começaram a circular correntes de mensagens nas mídias sociais, principalmente via WhatsApp e Facebook, afirmando que o homem que agrediu Bolsonaro, Adélio Bispo de Oliveira, era filiado ao PT e inclusive havia sido capturado em uma fotografia ao lado de Lula, em Curitiba. A “notícia” foi divulgada por vários sites informativos. Para fins de não restar dúvidas, nenhuma pessoa com o nome de Adélio Bispo de Oliveira aparece no registro oficial de filiados do Tribunal Superior Eleitoral.

Figura 02 - *Fake news* sobre agressor de Bolsonaro



Fonte: Barragán, 2018

Figura 03 - Montagem e foto original sobre *fake news*



Fonte: Barragán (2018). Fotografia original: Ricardo Stuckert (2017).

Outra parte da notícia falsa muito difundida nas redes foi a montagem acima, com o rosto do agressor numa foto com Lula em meio a uma multidão, tirada em 2017, em Curitiba. O rosto de Adélio Oliveira presente na montagem corresponde ao dia da sua detenção.

3. Eleitora de Bolsonaro agredida: uma montagem feita com a foto da falecida atriz Beatriz Segall após um acidente foi difundida por simpatizantes de Bolsonaro com os dizeres “Esta senhora foi agredida por petistas na rua quando gritou o nome de Bolsonaro”. A imagem, no entanto, é do ano de 2013, quando Beatriz Segall sofreu uma queda na rua. A atriz faleceu em 5 de setembro de 2018, aos 92 anos.

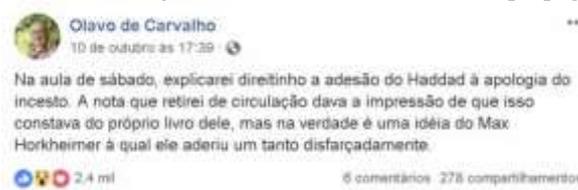
Figura 04 - Foto de atriz falecida usada em *fake news*



Fonte: Barragán, 2018

4. Haddad defende o incesto e o comunismo: o ideólogo de extrema-direita, Olavo de Carvalho, acusou Fernando Haddad de promover o incesto em seu livro, *Em Defesa do Socialismo* (1998), em postagem realizada em seu perfil no Facebook. O post foi retirado do ar, mas a informação falsa continuou circulando nas redes por meio de capturas de tela.

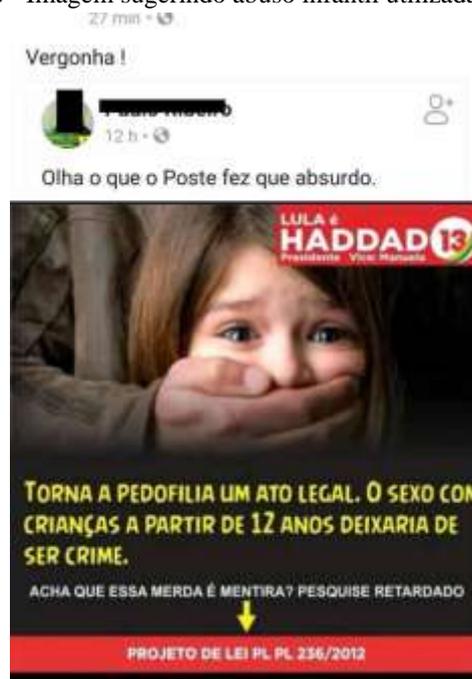
Figura 05 - Publicação de Olavo de Carvalho sobre propagação da notícia falsa



Fonte: Barragán (2018)

5. Haddad pretende legalizar a pedofilia: novamente por meio de correntes nas mídias sociais, a imagem de uma criança chorando com a boca tampada pela mão de um homem indicando abuso infantil circulou, acompanhada dos dizeres: “Um projeto de lei torna a pedofilia um ato legal. O sexo com crianças a partir de 12 anos deixaria de ser crime”. Além do conteúdo sensacionalista e chocante, a imagem inclui o logotipo da campanha de Fernando Haddad em 2018. A publicação faz referência ao projeto de lei do Senado 236/2012, que se encontra parado e propõe possível redução da idade de consentimento sexual de 14 para 12 anos, ou seja, o limite para que qualquer ato sexual com menor dessa idade seja considerada estupro. Fernando Haddad, no entanto, nunca esteve vinculado à tramitação desse projeto, visto que nunca ocupou cargo legislativo. O projeto foi apresentado pelo senador centro-direitista José Sarney.

Figura 06 - Imagem sugerindo abuso infantil utilizada em *fake news*



Fonte: Barragán (2018)

As notícias falsas nascem, geralmente, a partir do trabalho do jornalismo tradicional e estão intimamente vinculadas à formação e à atuação de grupos no WhatsApp, perspectiva que é possível aprofundar no item a seguir desta pesquisa. Um dos inúmeros exemplos que encontramos ao pesquisar sobre isso é apresentado por Benites (2018). A Folha de S. Paulo, com base em documentos do Ministério das Relações Exteriores, noticiou que uma das ex-mulheres de Jair Bolsonaro relatou ter sido ameaçada por ele em 2011 e, no processo de separação litigiosa, teria acusado ele “de furtar o cofre de um banco, ter ‘comportamento

explosivo’ e ‘desmedida agressividade’” (BENITES, 2018, online). Os apoiadores de Jair Bolsonaro afirmaram que era boato e, em grupos de WhatsApp, passaram a disseminar informações de que o então candidato jamais teria sido investigado por esse crime e que o acusado, na verdade, era o gerente do banco. Em um trecho da mensagem que circulou pela internet junto de uma montagem acusando “Veja Mente!” (Figura 07), pode-se ler: “O processo que a Veja está alardeando estava arquivado e Bolsonaro era o autor, não o réu. Foi desarquivado a pedido da Editora Abril S/A, numa clara tentativa de golpe contra a candidatura de Bolsonaro”. (BENITES, 2018)

Figura 07 - Notícia falsa “desmentindo” reportagem da Veja



Fonte: Benites (2018, Reprodução/WhatsApp)

Além de utilizar a imprensa como pauta das suas próprias notícias falsas, conforme exemplo apresentado na Figura 07, é possível perceber que a imprensa tradicional é utilizada como fonte confiável contra si mesma. Ao acusar a Veja de mentir, a montagem utiliza o G1 como origem das informações supostamente verdadeiras - há uma linha muito tênue entre atacar a imprensa em relação a certos conteúdos e calcar-se na credibilidade construída e remanescente pela percepção social na perspectiva sociocultural atual para justificar suas próprias mentiras. Há um esforço latente e genuíno em, pelo menos, *parecer* razoável, honesto e democrático. Em propagar a imagem “do bem”, dos “bons costumes”, mesmo se utilizando de recursos desonestos. Souza (2017) afirma que a classe média evita transformar esse ódio em mensagem política a fim de minimizar a canalhice do teor de suas ações, visto que ainda vivemos em uma

sociedade majoritariamente influenciada pela perspectiva cristã. Mas, analisando a construção das estratégias de *fake news* utilizadas por esse grupo de apoiadores, é quase impossível crer que eles próprios acreditam na postura que tentam pregar. No entanto, como vimos no capítulo anterior, toda justificativa é válida quando há um “inimigo comum” a se derrotar e essa derrota passa, essencialmente, pela consolidação de uma perspectiva dicotômica que, ao colocar Bolsonaro e seus apoiadores como o *lado bom*, tentando “resgatar a sociedade corrompida aos bons costumes”, automaticamente extrema ao oposto todos aqueles não estiverem seguindo exatamente a mesma perspectiva ideológica.

No cenário das eleições presidenciais de 2018, quando estava em pleito a presidência do país, vivenciamos uma batalha digital que consistiu em construir e reconstruir esse inimigo comum de maneira orgânica e muito mais dinâmica que em qualquer outro pleito. A régua utilizada para isso foi extremamente simplista: quem não estava ao lado de Bolsonaro, estava ao lado do Partido dos Trabalhadores (PT), considerado o único oposto, completa e exclusivamente inaceitável, reforçando cada vez mais o sentimento antipetista. Para combatê-lo, todo e qualquer argumento foi considerado válido e, pior, *justo*. Além da estratégia das *fake news*, nasceu uma derivação delas que busca “antecipar” notícias e criar teorias da conspiração. A antecipação de notícias aconteceu com *fake news* alertando sobre possíveis *fake news* futuras.

Um dos boatos disseminados informava que uma entrevista com Adélio Bispo de Oliveira, o homem acusado de esfaquear Bolsonaro, seria publicada e nela o agressor diria que o atentado foi planejado pelo próprio Bolsonaro e equipe - suposição que realmente chegou a ser levantada nas mídias sociais à época e que chegou a ser chamada de “*fakeada*”²³. A divulgação contou com mensagens informando inclusive data de veiculação: algumas diziam que a publicação ocorreria no dia 26/09/2018 e outras no dia 05/10/2018, a dois dias do primeiro turno das eleições. Benites (2018) traz, também, uma das mensagens coletadas acerca dessa *fake news*: “*Adelio foi autorizado a dar entrevista dia 5 sexta-feira depois que acabar o horário eleitoral. Fontes confiáveis e dignas viram os textos. Ele vai dizer q [sic] foi o próprio partido de Bolsonaro que armou tudo. Vai contar todos os detalhes. Não acreditem, meus irmãos, será a última cartada nojenta, nazista dessa gentalha vermes vermelhos[sic]*”. Complementando a *fake news*, foi disseminada junto a “informação” de que Manuela D’Ávila (PCdoB), que concorreu como vice-presidente na chapa de Fernando Haddad, teria recebido ligações do acusado no mesmo dia do atentado contra Bolsonaro (06/09/2018).

23 Expressão disseminada nas mídias sociais digitais que uniu os termos *fake*, do inglês “falso(a)”, com *facada*, referenciando-se ao ataque sofrido por Bolsonaro.

Em relação às teorias da conspiração e ao descrédito que é necessário reafirmar sobre a imprensa para que as *fake news* se proliferem, a jornalista (!) Joice Hasselmann, que concorreu a deputada federal pelo PSL de São Paulo, na época o mesmo partido de Jair Bolsonaro, divulgou um vídeo afirmando que uma “fonte confiável” havia lhe dito que um órgão de imprensa teria recebido R\$ 600 milhões para “detonar a candidatura de Bolsonaro” na reta final do pleito. Mesmo que não tenha informado de quem se trata a fonte confiável e nem apresentado qualquer prova do que disse, a “notícia” se espalhou. Outra gravíssima e conspiracionista *fake news* é uma insistente tentativa de descrédito no sistema eleitoral brasileiro, apesar de nenhuma irregularidade ter sido constatada no uso dele até então. A “informação” dava conta de que as urnas já foram fraudadas no Brasil. Uma variação desse boato ocorreu no dia da votação, quando vídeos circularam na internet afirmando que, ao apertar o número um na urna, ela buscava automaticamente o número três, configurando o voto no 13, número do então candidato Fernando Haddad e seu partido (PT).

No caso do boato sobre as urnas, ele estava construindo território para uma eventual derrota. Só colocando o sistema eleitoral brasileiro em questionamento é que seria possível articular os apoiadores em protestos visando desacreditar e, portanto, reverter o resultado das eleições, mesmo que de maneira antidemocrática, caso fosse necessário. Essa mentira, em especial, não foi disseminada somente pelos apoiadores como também pela própria campanha do presidencial. Segundo Betim (2018, online), “o candidato de extrema-direita à Presidência e sua equipe têm dito que uma eventual derrota nas eleições de outubro terá sido resultado de uma fraude a favor do candidato do PT, Fernando Haddad.” Enquanto se recuperava do ataque que sofreu durante a campanha, Jair Bolsonaro, em vídeo, afirmou: “A grande preocupação agora não é perder no voto, é perder na fraude. Essa possibilidade de fraude no segundo turno, talvez até no primeiro, é concreta. O PT descobriu um caminho para o poder, o voto eletrônico.” (BETIM, 2018). Carlos Bolsonaro, filho do então presidencial, deu eco para essa mentira em seu perfil no Twitter. Segundo ele, em um conteúdo apresentado com um layout semelhante à diagramação de uma notícia online, o TSE havia entregado códigos de segurança das urnas eletrônicas para empresas da Venezuela. A informação (Figura 08) foi negada pelo TSE e classificada como *fake news* pelo general Hamilton Mourão, candidato à vice-presidência na chapa de Jair Bolsonaro.

Figura 08 - Carlos Bolsonaro posta notícia falsa no Twitter



Fonte: Print/OGLOBO (2018, online)²⁴

Além disso, em entrevista ao programa Brasil Urgente, da Band, em 28 de setembro de 2018²⁵, Jair Bolsonaro afirmou: “Eu não aceito resultado das eleições diferente da minha eleição”. Dois dias após, ao Jornal O Globo²⁶, o presidente voltou atrás e afirmou: “sei que não tenho nada para fazer [em caso de derrota]. O que quis dizer é que não iria, por exemplo, ligar para o Fernando Haddad depois e cumprimentá-lo por uma vitória”. Essa estratégia de insistir em uma deslegitimação do sistema eleitoral, tal qual a disseminação massiva de *fake news*, não é originalmente bolsonarista. Ela também é um desmembramento das eleições de 2016 dos Estados Unidos, em que Donald Trump repetiu várias vezes que a votação seria fraudada. O discurso foi silenciado quando ele venceu o pleito, da mesma forma que ocorreu no Brasil em 2018. Como procedimento padrão nas eleições brasileiras, seis meses antes do pleito os partidos e entidades responsáveis são chamados para acompanhar o desenvolvimento do sistema e, em 2018, o PSL não enviou representantes.

Também não foi o resultado das eleições a primeira dinâmica eleitoral que sofreu tentativas de deslegitimação por parte desse grupo durante o pleito. Outro foco constante de ataques e desconfiança são as pesquisas eleitorais. Havia uma crença muito forte de que Jair Bolsonaro seria eleito ainda no primeiro turno devido ao crescimento acelerado do antipetismo e o ódio aos mais pobres. Em alguns momentos, quando o candidato Fernando Haddad se aproximava do concorrente nas intenções de votos segundo as pesquisas, ficava mais forte o discurso de que os dados estavam sendo fraudados. Apoiadores chegaram a criar uma vaquinha virtual para bancar pesquisas de intenção de votos para presidente a fim de “desmentir” as

24 Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/na-eleicao-das-fake-news-fato-ou-fake-faz-mais-de-700-checagens-durante-campanha-23135263>>. Acesso em: 24 de outubro de 2019.

25 Disponível em: <<https://noticias.band.uol.com.br/eleicoes/noticias/10000933500/bolsonaro-diz-que-nao-aceitara-resultado-diferente-de-vitoria.html>>. Acesso em 25 de outubro de 2020.

26 Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-diz-que-nao-teria-nada-para-fazer-em-caso-de-derrota-23114499#ixzz5Si4qjL2>>. Acesso em 25 de outubro de 2020.

pesquisas que vinham sendo apresentadas até então. Além das demais razões para atacar a imprensa apresentadas até aqui, a perspectiva de que as pesquisas estavam fraudando os dados de intenção de votos deu força à continuidade delas. Isso porque a rede Globo costuma contratar diferentes institutos de pesquisa, produzir diversos conteúdos a partir da atuação e dos resultados levantados, bem como os jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. Novamente, a imprensa é alvo de críticas que vão se somando e, pouco a pouco, intensificando os “argumentos” para sua conveniente invalidação. Eventualmente o trabalho da imprensa é revertido em benefício dos ideais e afirmações desse grupo político; do mesmo modo que os apoiadores utilizam de outras notícias ou veículos para classificar reportagens como falsas, também se utilizam de informações publicadas para “complementá-las” com mentiras e divulgá-las.

As notícias falsas são uma máquina de negócios. Representantes do Twitter, Facebook e Google precisaram prestar depoimento sobre a interferência da Rússia nas eleições de 2016 nos Estados Unidos. Também é por meio da internet que influenciadores e sites de extrema-direita geram a maior parte de sua receita. Com a mídia programática são comercializados espaços publicitários de acordo com dados de usuários da internet (os mesmos coletados pelos algoritmos que registram todas as ações online), enquanto produtores de conteúdo recebem por visualizações e cliques em anúncios exibidos em suas páginas. Essa possibilidade é ofertada por plataformas como Facebook e Google, por exemplo. No entanto, o anunciante pode controlar onde seus anúncios são exibidos, negatizando palavras, sites e expressões, grupos de pessoas, entre outros. Com a missão de desmonetizar esses sites e influenciadores, um brasileiro adotou o movimento *Sleeping Giants*²⁷ nascido em 2016 nos Estados Unidos. Na prática, o movimento alerta empresas de que seus anúncios estão sendo veiculados em sites de extrema-direita, ao que geralmente respondem negatizando o site e revisando suas políticas de anúncios. Em pouco tempo, a iniciativa já conseguiu com que seis empresas se comprometessem a revisar sua política de anúncios.

27 Disponível em: <https://twitter.com/slpng_giants>.

Figura 09 - Desmonetização de sites de extrema-direita



Fonte: EL País (2020).

Como esse tipo de anúncio é realizado em larga escala e possibilita um sem-número de configurações, a maioria das empresas pode nem ter conhecimento que seu conteúdo está sendo vinculado a esse tipo de página. A iniciativa de alertá-las, além de ser eficaz na desmonetização de sites de extrema-direita, faz com que essas empresas se comprometam publicamente a deixar de contribuir para a manutenção desse tipo de conteúdo. A preocupação em combater tanto propagadores quanto as próprias *fake news* se amplificou e chegou às instituições de poder. No Brasil, está aguardando despacho²⁸ do atual presidente, Jair Bolsonaro, um controverso projeto de lei que regulamenta alguns aspectos sobre as *fake news*. O PL 2.630/2020 busca instituir a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Seus objetivos (BRASIL, 2020) são:

- I - o fortalecimento do processo democrático por meio do combate à desinformação e do fomento à diversidade de informações na internet no Brasil.
- II - a busca por maior transparência sobre conteúdos pagos disponibilizados pro usuário;
- III - desencorajar o uso de contas inautênticas para disseminar desinformação nas aplicações de internet.

28 Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>>. Acesso em 07 nov. 2020.

As controvérsias são entre a Câmara dos Deputados e o Senado em relação a alguns pontos do texto aprovado pelo segundo órgão. Enquanto deputados e alguns setores afirmam que medidas para combater o financiamento de notícias falsas são necessárias, principalmente em contexto eleitoral, outros acreditam que as medidas podem levar à censura. O projeto veda contas falsas, robôs e softwares de distribuição de mensagens, endereços eletrônicos que propagam *fake news* e ainda propõe responsabilizar os provedores brasileiros e estrangeiros que ofertam serviços online no país. Segundo o texto do PL, “Art. 9º Aos provedores de aplicação de que trata esta Lei, cabe a tomada de medidas necessárias para proteger a sociedade contra a disseminação de desinformação por meio de seus serviços”. O texto também orienta quanto à aplicação de boas práticas para isso:

Art.10. Consideram-se boas práticas para proteção da sociedade contra a desinformação:
 I - o uso de verificações provenientes dos verificadores de fatos independentes com ênfase nos fatos;
 II - desabilitar os recursos de transmissão do conteúdo desinformativo para mais de um usuário por vez, quando aplicável;
 III - rotular o conteúdo desinformativo como tal;
 IV - interromper imediatamente a promoção paga ou a promoção gratuita artificial do conteúdo, seja por mecanismo de recomendação ou outros mecanismos de ampliação de alcance do conteúdo na plataforma.
 V - assegurar o envio da informação verificada a todos os usuários alcançados pelo conteúdo desde sua publicação. (BRASIL, 2020)

Pelo texto, em caso de desrespeito à lei, de uso de robôs ou de contas falsas, as empresas poderão requerer dos responsáveis pelas contas (tratados no texto do referido projeto como ‘provedores’) que os usuários confirmem sua identificação, inclusive por meio de documento de identidade. Isso ocorre em função de, “Como parte do jogo político atual, os bots nas eleições constituem-se nessa nova linguagem dentro de um espaço multimídia e multifacetado da dimensão pública da sociedade contemporânea” (REGATTIERI, 2017, p. 37). Além disso, o texto trata também de dispositivos de mensagens, como WhatsApp e Telegram, por exemplo, numa tentativa de reduzir o potencial de influência da disseminação de notícias falsas por esses meios. Um dos pontos apresentados no texto atual é que as regras se limitam a plataformas com mais de dois milhões de usuários. No PL, a intenção é estabelecer um teto nos números de encaminhamentos, membros de grupos e de listas de transmissão e reduzir ainda mais em período eleitoral. Os conteúdos patrocinados também possuem legislação e direcionamentos, além da atuação do poder público.

Um dos pontos polêmicos entre deputados e senadores é a possibilidade de acrescentar sanções penais ao texto. Já estão previstas, no texto atual, sanções aos provedores que não

atuarem conforme a norma proposta para o Brasil, como advertência e multa de até 10% do faturamento no país durante o último exercício. Os valores devem ser destinados ao Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica e de Valorização dos Profissionais da Educação (Fundeb) e empregados em ações de educação e alfabetização digital.

Soma-se a isso a perspectiva de interesse público sobre as contas em redes sociais do presidente da República, governadores, prefeitos, ministros de Estado, parlamentares, entre outros agentes políticos, que passam a ser proibidas de restringir o acesso de outras contas às suas publicações. As medidas vão além: o projeto determina que o Congresso Nacional institua, até 60 dias após a publicação da lei, em caso de aprovação do texto atual, um órgão denominado *Conselho de Transparência e Responsabilidade na Internet*. O objetivo é a realização de estudos, pareceres e recomendações sobre liberdade, responsabilidade e transparência na internet. Além disso, esse conselho será o responsável por definir as diretrizes para autorregulação dos provedores bem como um código de conduta para o setor, além de avaliar os relatórios trimestrais gerados pelas empresas que também estão previstos no PL e publicar os indicadores a partir disso.

Apesar de o Projeto de Lei 2.630/2020 estar mais avançado na tramitação entre os órgãos responsáveis, na Câmara há mais de 50 projetos que tratam de combater, limitar a disseminação ou mesmo criminalizar as *fake news*. Segundo a Agência de Notícias da Câmara, a mais antiga delas é de 2005 e em 2020 foram apresentados 21 projetos com o tema. Soma-se às medidas vigentes a Lei 13.834/19, que pune com prisão entre dois e oito anos quem divulgar notícias falsas com finalidade eleitoral. O PL 2.630/2020 segue em tramitação, no entanto, se ampara nas diretrizes já estabelecidas pelo Marco Civil da Internet no Brasil e pela Lei Geral de Proteção de Dados e, apesar das controvérsias, indica um caminho positivo no sentido do combate às notícias falsas e uso criminoso das ferramentas digitais disponíveis.

2.2 WHATSAPP E O FILTRO INVISÍVEL

O aplicativo WhatsApp foi o principal vetor para a disseminação de notícias falsas, motivo de grande preocupação para as autoridades cuja responsabilidade é preservar a credibilidade do processo eleitoral. E motivos não faltam: para citarmos os principais, o WhatsApp se configura como uma rede privada, que possui criptografia de ponta a ponta, ou seja, apresenta inúmeras complexidades e codificação das informações para que seja possível preservar os dados trocados nela. Além disso, a participação nessa rede é definida a partir de um número de telefone. Talvez, para os nativos digitais, essa não seja uma informação tão

valiosa, mas para as gerações que precisaram aprender a conviver com telefone e, posteriormente, com a internet, esse é um dado muito particular. Assim sendo, os conteúdos recebidos por meio do WhatsApp imprimem muita confiança em quem está recebendo, porque, afinal, são pessoas próximas, pessoas que têm o seu número de telefone que compartilham as informações.

As notícias falsas, utilizadas em campanha eleitoral, são extremamente perigosas e suscitaram preocupação nos tribunais, entre eleitores, candidatos, partidos, autoridades, pois possuem o poder de **alterar a decisão consciente** do eleitorado. Para Pariser (2012, p. 49), as notícias são aquilo que molda nossa visão do mundo, “do que é importante, da escala, tipo e caráter dos problemas que enfrentamos.” Mas, para além disso, o mais significativo é “o fato de nos darem a base das experiências e dos conhecimentos comuns sobre a qual se constrói a democracia. A menos que entendamos os grandes problemas de nossa sociedade, não conseguiremos agir juntos para resolvê-los.” (PARISER, 2012, p. 49). Fazendo coro a isso, Lippmann (1920 *apud* PARISER, 2012) relembra que, se não houver um suprimento constante e confiável de notícias relevantes, “a incompetência e o despropósito, a corrupção e a deslealdade, o pânico e, por fim, o desastre abaterão qualquer povo ao qual seja negado o acesso aos fatos.”

Não nos damos conta do real perigo até percebermos que toda tomada de decisão é baseada na informação que possuímos; assim, se estamos mal informados (ou informados com mentiras), tomaremos más decisões. Além disso, “a democracia exige que nos baseemos em fatos compartilhados; no entanto, estão nos oferecendo universos distintos e paralelos” (PARISER, 2012, p. 11). Portanto, fazendo coro à afirmação de Lippmann (1920), “a crise da Democracia ocidental é uma crise do jornalismo”.

Em comparação às eleições de 2016, nos Estados Unidos, quando também foram utilizadas notícias falsas, textos sensacionalistas, conspiratórios e de opinião durante o processo eleitoral (daí a apropriação da expressão *fake news* para o vocabulário brasileiro), o fenômeno no Brasil encontrou um terreno completamente fértil para se desenvolver, visto que a utilização de rede privada ainda não havia sido mapeada pelos órgãos competentes. Nos Estados Unidos, a disseminação das notícias falsas aconteceu por meio de redes públicas, como o Facebook e o Twitter. Assim, se há alguma denúncia, é possível investigar. Mas como investigar conteúdos criptografados? Ou, antes disso, como acessar tais conteúdos, identificar seus produtores e responsabilizar seus produtores/emissores/disseminadores?

A capilaridade da campanha de Bolsonaro por meio do WhatsApp desafiou, inclusive, a propaganda na TV aberta, desacreditando os processos de produção de conteúdos dos

telejornais e questionando o incentivo público a conglomerados midiáticos, principalmente a Rede Globo. Segundo a pesquisa TIC Domicílios (2019), “no grupo de eleitores de Bolsonaro, 71% têm contas nas redes sociais, contra 61% no eleitorado de Haddad”. Já de acordo com Benites (2018), haviam pelo menos cem grupos públicos específicos em apoio a Bolsonaro no WhatsApp, dos quais 37 foram monitorados pelo projeto Eleições Sem Fake²⁹ da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Não é de se surpreender que a estratégia tenha obtido sucesso. Para fazer parte de qualquer grupo na ferramenta citada é necessário apenas um convite de qualquer participante, caso o grupo seja privado; no caso de grupos públicos, a facilidade de participar é ainda maior: é possível encontrar o link disponibilizado na internet, em blogs, sites e mídias sociais, e integrar ele com apenas dois cliques (literalmente). Esse foi o caminho encontrado por Benites (2018) para buscar mais informações acerca dos conteúdos e modos de se organizar dos apoiadores do então presidenciável Bolsonaro. Os grupos monitorados por ele foram: “Brasil é Bolsonaro 17”; “Mulheres de Bem”, em clara contraposição ao grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro - MUCB”³⁰ no Facebook; e “Vídeos do Bolsonaro”, este último administrado por duas pessoas que não residem no Brasil (moradores dos Estados Unidos e de Portugal). Segundo o Datafolha (2018), em relação a alcance e engajamento na difusão de conteúdo político e eleitoral, “um dos segmentos mais ativos no Whatsapp é o de eleitores de Jair Bolsonaro. No eleitorado do militar reformado, 70% estão conectados ao Whatsapp, e 31% repassam informações sobre política e eleições, ou seja, 44% estão engajados no tema”.

Já em relação ao projeto Eleições sem fake, em ambas as situações, tanto no acompanhamento de Benites quanto no monitoramento dos pesquisadores, os resultados são semelhantes e incluem a difusão de informações falsas (BENITES, 2018). O referido autor (2018) identificou que os grupos públicos de eleitores de Bolsonaro no WhatsApp funcionavam com “difusão de mentiras camufladas como notícias, vídeos que tentam desmentir publicações negativas da imprensa, desconfiança das pesquisas e falsos apoios de celebridades à candidatura Jair Bolsonaro.” Na véspera das manifestações do #EleNao, Benites, inscrito em três dos grupos mencionados, verificou que eram publicadas mais de mil mensagens ao dia; em dois dos grupos havia uma atuação maior relacionada às *fake news*. “Mas em todos o discurso é o de que é

29 Grupo de pesquisa da Universidade Federal de Minas Gerais que desenvolveu uma série de sistemas focados em trazer transparência para o espaço midiático digital com o objetivo de evitar que a desinformação interferisse nas eleições brasileiras de 2018. Contato: eleicoes-sem-fake@dcc.ufmg.br. Disponível em: <http://www.eleicoes-sem-fake.dcc.ufmg.br/>.

30 Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/grupomuch/>. Grupo que iniciou a articulação das mulheres contra Bolsonaro na internet, o qual falamos com maior profundidade no capítulo três da presente pesquisa.

preciso usar a plataforma [WhatsApp], de uso massivo em todas as faixas de renda no país e de difícil monitoramento, para combater a ‘grande mídia tendenciosa’ e ajudar na disseminação das mensagens” que, de maneira geral, têm o teor de resposta às publicações da imprensa tradicional (BENITES, 2018, online).

Os grupos, conforme apresentado anteriormente, se organizam para produzir “notícias” em resposta aos conteúdos veiculados na imprensa que ferem Jair Bolsonaro. Sua primeira reação, metodicamente, é sair em defesa do então candidato. Em outra frente, grupos se mobilizam para a distribuição das *fake news*. Segundo a pesquisa Eleições 2018, “entre os eleitores de Bolsonaro, 52% acreditam, muito ou um pouco, nas notícias que chegam pelo aplicativo” (DATAFOLHA, 2018), o que ajuda a entendermos o engajamento desse público em específico na difusão de *fake news*. Foram inventados, também, muitos apoios à candidatura de Bolsonaro. Imagens afirmavam que o apresentador e empresário Silvio Santos, o treinador e ex-goleiro Rogério Ceni e a cantora Sandy estariam fazendo campanha para ele. A informação foi desmentida por todos. Benites (2018) documentou a mensagem falsa do apoio de Silvio, que dizia: *“Desde quando fundei meu próprio canal [o SBT], sempre tive como princípio a união da família brasileira. Hoje, vejo somente uma pessoa disposta a praticar o mesmo princípio na política: o sr. Jair Bolsonaro. Por isso, ele tem não só o meu apoio, mas o meu voto e os votos de todos de minha família!”*. Silvio Santos negou a autoria do conteúdo e disse que não iria revelar seu voto.

O próprio WhatsApp confirmou que ocorreram disparos em massa por meio de sua plataforma durante as Eleições 2018 no Brasil: “Nas eleições brasileiras, foram enviadas mais de 100 mil notícias falsas para a central telefônica criada para checar essas informações repassadas pelos usuários”³¹. Em outubro de 2018, a empresa chegou a notificar judicialmente pelo menos quatro agências de comunicação por envio de mensagens em massa. A desigualdade no acesso à internet com capacidade de tráfego e às informações de qualidade no Brasil deixa algumas pessoas reféns do WhatsApp, de forma desproporcional, como fonte de informação, o que as impossibilita de checar tudo o que é recebido e/ou repassado em função da navegação restrita quando utilizada por dados móveis (3G, 4G etc). O executivo da empresa, Ben Supple, afirmou que isso é levado muito a sério: “por isso lançamos primeiro no Brasil as mudanças no aplicativo, como o símbolo que indica que a mensagem foi encaminhada e o limite de [cinco] usuários que a recebe de uma só vez.”³²

31 Palestra de Ben Supple, executivo do WhatsApp, realizada no Festival Gabo de Jornalismo em homenagem ao jornalista Gabriel García Márquez. Medellín, Colômbia, outubro/2019.

32 Ben Supple em palestra no Festival Gabo de Jornalismo.

Além das consequências imediatas que a circulação de notícias falsas provoca, trazemos para a superfície das discussões as consequências a longo prazo. Seguindo as definições de Pariser (2012) e as informações apresentadas pelo documentário *O dilema das redes* (NETFLIX, 2020), ao consumir determinado tipo de conteúdo cada usuário da internet está emitindo sinais para os algoritmos das mídias sociais digitais que dizem respeito ao seu padrão de consumo de informações. O algoritmo é programado para manter os usuários conectados, portanto, o que faz é retroalimentar o próprio filtro construído entre ele e o usuário, mantendo o que Pariser chama de “filtro invisível” do qual se origina, então, a “bolha dos filtros”. Ou seja, o algoritmo armazena o conjunto de relações do usuário no site, levando em consideração as interações entre ele e o site (curtir, compartilhar, entrar/sair de grupos, quanto tempo assistindo a um vídeo, quanto tempo parado em uma mesma fotografia, quantas vezes visitou o mesmo perfil e por quanto tempo etc) e também entre ele e outros usuários (comentários, mensagens, curtidas, visitas ao perfil, posts salvos etc). Dessa maneira, incluindo outros critérios não divulgados e a partir da ideia de gráfico social³³, o algoritmo tem dados suficientes para combinar afinidade, o tempo que a pessoa passa conectada ao seu perfil e o peso relativo dos conteúdos para embasar quais outros conteúdos passa a disponibilizar na sequência. Tudo isso em milésimos de segundo e mais inteligente a cada nova interação. O grande porém é que, se essas informações direcionam o que será disponibilizado, também definem o seu oposto: aquilo que será omitido do usuário dentro da rede. E essa é a parte que preocupa, há uma programação para escolher aquilo a que vamos ter acesso ou não sem nenhum tipo de critério, sem mesmo garantir que vamos ter acesso ao que realmente precisamos ou àquilo que o algoritmo acreditar ser mais relevante.

A situação é que os algoritmos são programados para nos fazer clicar e permanecer conectados cada vez mais aos aparelhos. Por isso, cliques em algo que só abrimos porque queremos ter certeza do quão absurdo soa o título têm o mesmo peso que o artigo mais relevante que lemos nas últimas semanas. Se clicamos, o algoritmo entende como um sinal para nos enviar mais conteúdo semelhante. Para Regattieri (2017, p. 56), “o banco de dados tornou-se o novo arquivo de poder. (...) O algoritmo é a tecnologia capaz de tornar acessível a informação, pois pode traduzir, modelar, classificar toda essa paisagem”.

33 Conceito apresentado por Mark Zuckerberg, criador do Facebook, em 2007, que diz respeito ao mapa global de usuários das redes sociais fornecidas pelo Facebook e como estão relacionados. É um conceito abstrato que descreve as relações entre as pessoas online, ao contrário da ideia de rede social, que também descreve as relações no mundo real. O gráfico social é exclusivamente digital e definido por todas as conexões em questão.

Essa iniciativa, no entanto, apesar de soar perversa, foi construída para ser a alternativa à crescente quantidade de informações dentro das mídias sociais. Segundo Bittencourt (2015, p. 128), “o algoritmo [do Facebook] foi criado para organizar o conteúdo disponibilizado, mas a maneira como essa organização é feita acaba interferindo no que cada um enxerga no site”. Provavelmente os criadores desses algoritmos não tiveram as intenções que vivenciamos na atualidade. Mas, conscientes do que ocorre, seu trabalho deve ser para que as pessoas tenham a possibilidade de escolha entre criar esse filtro ou não, ou minimamente ciência de que é isso que ela está fazendo ao se engajar dentro dos diversos sites. Isso não quer dizer, porém, que a responsabilidade deva ser delegada apenas ao usuário sob a justificativa de que ele constrói o próprio filtro ao clicar em uma coisa e não em outra, abrir determinado link em vez de outro e por aí vai. O usuário constrói seu filtro tanto a partir daquilo que lhe é relevante quanto daquilo que, em sua perspectiva, não é tão relevante assim mas, para o algoritmo armazenando dados a partir do comportamento do usuário, não será diferente, o que faz com que se perca a ideia de relevância (BITTENCOURT, 2015) ou até mesmo o conceito de verdade. Somando-se a isso, nos ancoramos na ideia de Pariser (2012) sobre outras consequências negativas da hiperpersonalização: “o fato de se estar sozinho na bolha, o que afasta os que pensam diferente entre si; a formação invisível da bolha, já que as pessoas não sabem que os filtros atuam enquanto elas estão navegando; e, por último, a inexistência de escolha de fazer parte ou não da bolha”. (BITTENCOURT, 2015, p. 129)

Se você ainda acredita que o número de cirurgias plásticas estar crescendo não tem nada a ver com os filtros das redes sociais; que o vício em dispositivos digitais não existe; que o aumento significativo de transtornos psicológicos; a manipulação de nossos dados; a interferência nas eleições; a mudança comportamental gritante que o mundo tem vivido de maneira cada vez mais acelerada são fatores isolados ou sem um ponto de apoio comum, então esse capítulo não fará mais sentido daqui para frente. Naturalmente, só há dois comportamentos ao se deparar com a verdade do outro lado da moeda maravilhosa que é a internet móvel e acessível, hiperconectada: se for a primeira vez que você ouve falar sobre isso (o que, atualmente, nos meios em que circula esta pesquisa, já é incomum acontecer) deve estar com um pouco de preocupação em relação aos impactos coletivos que a internet vem causando, mas agora também percebendo a inclinação negativa com uma ênfase cada vez maior. Ou, no caso de essa ser uma informação de conhecimento prévio, espero minimamente levantar reflexão sobre como isso impacta as situações trazidas pelo contexto deste trabalho. Ao lermos esta pesquisa em um dispositivo conectado à internet, em um ambiente digital, os algoritmos sabem inclusive o tempo médio de leitura de cada indivíduo. Todas essas informações são reunidas e

constroem uma espécie de clone virtual capaz de prever nossas próximas ações e interesses e, assim, nos direcionar conteúdos específicos.

Acontece que essas empresas foram feitas para isso: manter cada um de nós conectado, preso à tela, alimentando-as com dados e consumindo suas publicidades: estamos presenciando a emergência de uma “pluralidade de meios para recodificar a atividade do olho, ordená-la, elevar sua produtividade e impedir sua distração” (CRARY, 2012, p. 32). No desenvolvimento do Gmail, por exemplo, segundo o ex-designer ético da Google, Tristan Harris, não havia ninguém pensando em como tornar o e-mail, ferramenta relacionada principalmente ao universo do trabalho, menos viciante (DILEMA..., 2020). Imagine, então, a maneira como é conduzida a construção do design das mídias sociais digitais. O modelo de negócios delas, dos servidores de busca, caixas de e-mail, entre outros, é manter as pessoas conectadas às telas. Não somos nós os clientes da internet: são os anunciantes. Nós somos o que a internet vende. Ou melhor, tudo aquilo que fazemos à frente de nossas telas: se demoramos dois milésimos de segundo a mais em uma foto em vez de outra; se clicamos primeiro na agenda do celular ou primeiro em uma mídia social pela manhã; se armazenamos muitas fotos repetidas; se falamos de algum produto ou serviço ou até mesmo característica do nosso cotidiano, como os animais de estimação, por exemplo. Cada detalhe do nosso comportamento conectado gera informação para que as empresas utilizem nossos dados a fim de nos vender seus produtos. “O produto é a gradativa, leve e imperceptível mudança em nosso comportamento e em nossa percepção.” (DILEMA..., 2020). É possível que alguns de nós nem lembrem mais como era, antes das mídias sociais, a expressão das nossas ideias e pensamentos que hoje viram tuítes, posts, fotografias e *stories*. Ou a frequência e o modo como fazíamos o pedido de uma refeição em casa. Não nos damos conta da transformação ocorrendo. Quando percebemos, mudamos. Esse é um convite a refletir sobre o potencial de direcionamento do futuro da humanidade centralizado, na atualidade, nas mãos de alguns pares de profissionais decidindo quais estímulos nos farão sentir a cada notificação em nossos aparelhos. (DILEMA..., 2020) Conforme Regattieri (2017, p. 42), “no caso da política nas redes sociais, a questão crucial é que um tipo de ideologia pode ser produzida e mantida nessas plataformas de interação”.

Isso é o que alguns chamam de capitalismo da vigilância, do monitoramento. “As máquinas tornam-se inteligentes e a última fronteira dessa relação já está ocorrendo no momento em que esses instrumentos estão cotidianamente acoplados em nosso corpo.” Uma vez que o produto vendido por essas empresas é a assertividade dos anúncios exibidos para nós, usuários, são necessários muitos e muitos dados para garantir previsões certas. Assim, obtém-se o lucro pelo rastreamento infinito do que cada um de nós faz: “a vigilância faz parte

de uma manutenção do terror e da gestão do policiamento das vidas humanas. O algoritmo transformou-se em uma paranoia, a humanidade é modulada cotidianamente e perfis considerados de risco são filtrados automaticamente” (REGATTIERI, 2017, p. 44; 56). Todas essas informações alimentam um sistema que se retroalimenta e é capaz de, a cada dia mais, produzir previsões melhores acerca do nosso comportamento, praticamente sem supervisão humana, visto que está apenas executando aquilo para o que foi programado. Concentram nossos dados em modelos de nós mesmos e, a partir disso, é possível produzir as previsões de comportamento. No fim, quem tiver nosso melhor “clone digital”, vence. (DILEMA..., 2020)

Agora, fica mais fácil imaginar o que ocorre quando alguém é impactado por anúncios acerca de grupos de ultradireita, por exemplo, ou se alimenta de notícias falsas. Ao clicar neste anúncio, mesmo que seja apenas por curiosidade, acontece o que Pariser (2012) alerta: a construção do nosso filtro invisível não se dá somente a partir daquilo que consideramos relevante. E é por meio da tecnologia persuasiva que estamos, todos, adquirindo hábitos de forma tão sutil e lenta que estamos, somente agora e aos poucos, nos dando conta. A partir do estímulo constante por meio dos *smartphones* é possível manipular emoções e comportamentos distintos, conduzindo cada usuário a partir de seu próprio padrão de comportamento. Qual aplicativo passamos mais horas utilizando na sua semana? E qual o primeiro acesso ao desbloquear a tela? Que notificações chamam atenção e quais estão desativadas? Tudo é monitorado. Mudamos nosso modo de existir em sociedade. A partir da necessidade social e biológica de nos conectarmos a outras pessoas, as mídias sociais digitais atuam diretamente na liberação de dopamina ao interferir no modo como percebemos, na materialidade, as nossas próprias conexões. Praticamente já podemos assumir a total perda de controle sobre a chamada “inteligência artificial”, visto que é ela quem determina quais as informações que teremos acesso e que tipos de sensações vai estimular com suas notificações e determinações digitais.

Esse é o grande problema alertado por Pariser (2012). Se você digitar no Google, por exemplo, a expressão “aquecimento global” a definição provavelmente aparecerá diferente conforme sua geolocalização, seu histórico de navegação, apresentando a você os resultados com maior probabilidade de você clicar, interagir e trocar dados. Ao analisar as dicotomias apresentadas nas Eleições 2018, ambos os lados acabaram se perguntando se o adversário “não estava enxergando as mesmas informações”, pois “está tudo ali [nas páginas iniciais de cada rede social digital individual]” e a resposta é: não, ninguém está enxergando as mesmas informações. Com a inteligência artificial agindo para obter lucro a partir das nossas ações na internet, ela hiper-personaliza tudo aquilo que consumimos: informações, publicidade, sugestões de amigos ou de lugares para ir. Os algoritmos de recomendação estão convencendo

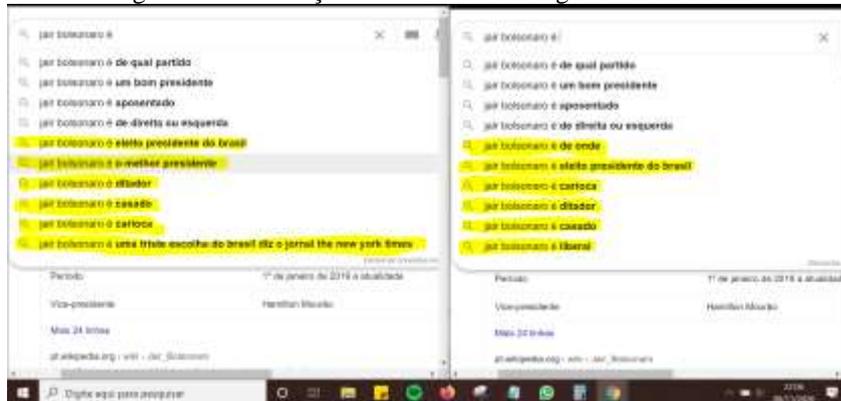
as pessoas de que o aquecimento global é mentira, de que a terra é plana. E essas são as coisas sobre as quais a ciência atual já deu certeza e temos acesso a comprovações. Imagine o que é possível desenvolver em larga escala, com uso de robôs, sobre perspectivas ideológicas, políticas, sociais, por exemplo. O maior problema nisso tudo está no fato de que a ampla maioria das pessoas acredita que os mecanismos de busca, por exemplo, são imparciais. O que não é verdade. Segundo Pariser (2012, p. 9), na verdade, “essa percepção talvez se deva ao fato de que esses mecanismos estão cada vez mais parciais, adequando-se à visão de mundo de cada um.” Ou seja, se o algoritmo e eu concordamos, então provavelmente ele está certo na resposta que está me apresentando, mesmo sabendo que não. A era dos algoritmos é, também, a era da pós-verdade, quando diferentes atores sociais “lançam mão de diversos procedimentos de desinformação, como a produção de conteúdo completamente falso, a distorção de acontecimentos noticiados por veículos jornalísticos, a difusão de boatos em conversas presenciais ou através de serviços de comunicação” privilegiando emoções, ideologias e crenças em detrimento da ciência e seus métodos de verificação e comprovação da verdade (TRÄSEL; LISBOA; VINCIPROVA, 2019)³⁴. As consequências se espalham e impactam, também, diferentes campos: na política, consegue gerar apoio a guerras; na saúde, desacreditar as vacinas e doenças, como a Covid-19; na educação, ao ensinar com base ideologias em vez ciência; no meio ambiente, deslegitimando problemas graves e urgentes, como o aquecimento global, incêndios, desmatamentos, desastres em barragens, escassez de recursos naturais, avanço acelerado da extinção da fauna e flora, entre outros.

Para trazer para o plano material, fiz um teste em meu próprio computador enquanto escrevo este trabalho. A figura abaixo (Figura 10) representa uma pesquisa realizada no mesmo horário, ao mesmo tempo, no mesmo navegador. A única diferença: o resultado apresentado à esquerda é oriundo de uma aba de navegação anônima; já o resultado à direita representa a minha aba normal de trabalho, onde estou conectada em todos os meus perfis: mídias sociais, contas de e-mail, sites de compras etc. Sessenta por cento dos resultados apareceram de maneira distinta, seja pelo número em que aparece na ordem de busca, seja até mesmo por uma temática distinta. Interessante o exercício, pois me recordou de quando a matéria do New York Times foi compartilhada em meu perfil pessoal do Facebook³⁵, próximo do período eleitoral de 2018,

34 TRÄSEL, Marcelo; LISBOA, Sílvia; VINCIPROVA, Giulia Reis (30 de dezembro de 2019). *Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues*. *Brazilian Journalism Research* (em inglês). **15** (3): 452–473. [ISSN](https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1211) 1981-9854. doi:10.25200/BJR.v15n3.2019.1211
35 Disponível em: <<https://www.facebook.com/diulia.soares/posts/2453056321401625>>.

e aparece em um resultado de pesquisa realizada na aba anônima em vez da aba em que estou conectada ao meu perfil.

Figura 10 - Simulação da atividade dos algoritmos de busca



Fonte: elaborado pela autora (2020)

Não é à toa que só existem dois mercados que chamam seus clientes de usuários, o de drogas e o da internet. Por meio do que Metcalfe (1980) chamou de aprisionamento tecnológico, ele descreve a dinâmica que afirma que a utilidade de uma rede aumenta cada vez mais rápido cada vez que acrescentamos uma nova pessoa a ela - assim como *o valor de um sistema de comunicação cresce na razão do quadrado do número de usuários do sistema*. Ou seja, de nada adiantaria você estar nas mídias sociais ou ter um smartphone se não houvesse mais ninguém usufruindo desses recursos. Praticamente todos os novos aplicativos que estão disponíveis para instalar nos *smartphones* disponibilizam um código promocional, uma vantagem para ser compartilhada com o grupo de amigos ou um link de convite para que se cadastrem. É por meio dessas estratégias que o crescimento é exponenciado. Esse é um dos fatores que constrói essa “bolha invisível” e contribui para uma preocupação ainda maior em relação à utilização da internet, o redirecionamento comportamental.

As empresas ou lojas não aceitam mais ‘não’ como resposta dos consumidores. Se você visitar uma loja online, independentemente de realizar uma compra, provavelmente verá anúncios dos produtos por todos os outros sites que percorrer. A informação da sua pesquisa, do seu clique e até mesmo da sua compra é leiloadada em milésimos de segundo para empresas interessadas em exibir publicidade hiper-personalizada e altera as relações que você tem, inclusive com o seu dinheiro. Pode-se dizer que a internet é uma grande aliada do modelo de sucesso imbricado no sistema capitalista. Outro dado assustador é que não conseguimos perceber o redirecionamento comportamental acontecer. E se isso é feito com anúncios, como podemos garantir que não está trabalhando para formatar a nossa visão de mundo? Por um

bilhão de dólares? Ou o nosso entendimento sobre o que é verdade ou mentira? A nossa percepção sobre modos de governo e necessidades sociopolíticas? “Os algoritmos que orquestram a nossa publicidade estão começando a orquestrar a nossa vida” (PARISER, 2012, p. 14) e isso é muito mais preocupante do que parece uma vez que nós, enquanto humanos, aceitamos a realidade do mundo a qual somos apresentados. Assim, estamos sozinhos na bolha; a bolha é invisível; e o pior: não optamos por entrar na bolha.

Conforme reforça Pariser (2012, p. 20), em última análise, “a bolha dos filtros pode afetar a nossa capacidade de decidir como queremos viver.” O autor ainda reforça que podemos até pensar ser “os donos do nosso próprio destino, mas a personalização pode nos levar a uma espécie de determinismo informativo, no qual aquilo em que clicamos no passado determina o que veremos a seguir - uma história virtual que estamos fadados a repetir.” (2012, p. 20). Se Lippmann (1920) já acreditava que enquanto os jornais decidirem, “com base em normas totalmente privadas e não examinados, o que [o cidadão médio] deve saber e, portanto, no que deve acreditar, ninguém poderá dizer que a substância do governo democrático está segura”, como poderemos imaginar os inúmeros filtros que nos são apresentados cotidianamente sem mesmo que saibamos, com uma capacidade de agir e nos impactar ainda mais ágil e sutil que as televisões e rádios? Como podemos ter clareza de que qualquer informação que estamos consumindo online, hoje, está isenta de uma perspectiva de direcionamento comportamental? Afinal, além de tudo isso, mesmo com a mansidão da internet, os grandes conglomerados midiáticos não detêm apenas a maioria dos veículos de comunicação, como também a credibilidade sobre as informações transmitidas.

2.3 ATIVISMO ONLINE

A internet não trouxe à tona apenas situações e movimentos negativos, lembremos que há os dois lados na moeda. Também foi ela a ferramenta-meio para que as mulheres se organizassem contra o então presidenciável Jair Bolsonaro, dando à luz o #EleNao. Prudêncio (2005, p. 11) reforça que “o suporte tecnológico agiliza os contatos e acelera a entrada de temas na agenda de discussão pública e o processo de tomada de decisões em relação a eles, ainda que num nível simbólico-discursivo”.

É um privilégio acompanhar tempos tão significativos de mobilizações efervescentes, crescente conscientização e luta para reparação de construções sociais desiguais pautadas no sistema patriarcal vigente e que até então não eram sequer questionadas. O histórico recente da América Latina traz mobilizações realizadas na Argentina, Chile, Colômbia, México, Brasil,

entre outros. Em 2012, no México, a partir da iniciativa de estudantes de ensino superior, nasceu o movimento YoSoy132. As reivindicações davam conta da democratização dos meios de comunicação, da criação de um terceiro debate entre candidatos presidenciais e da reação contra a imposição midiática. Mais de 50 cidades do mundo aderiram a ele por meio da internet e do uso da *hashtag* #yosoy132. (BITTENCOURT, 2015)

No Brasil, as Jornadas de Junho de 2013 também levaram milhares de pessoas às ruas. A onda de protestos foi desencadeada pelo aumento de R\$ 0,20 no valor das passagens em São Paulo e teve com um dos seus marcos a *hashtag* #nãoépor20centavos. Apesar das controvérsias sobre esse momento histórico no Brasil, o fato é que a internet mais uma vez intermediou a articulação das pessoas e a propagação das iniciativas. Seguindo a crescente tendência de movimentos articulados pela web, na Argentina, em 2015, a internet iniciou a mobilização em torno da campanha #niunamenos que clama pelo fim da violência contra a mulher e dos feminicídios e foi a responsável por deflagrar a massificação do feminismo na América Latina contemporânea. Novamente, partiu de estudantes do ensino superior - o Centro de Estudos em Direitos Humanos da Faculdade de Direito da Universidade Central de Buenos Aires. (BITTENCOURT, 2015)

“As transformações nos modos de comunicar e da cultura de massificação de conteúdo, vivenciados amplamente nas redes sociais (GOMES, 2004), têm especial reverberação no debate político e nas manifestações sociais.” (REGATTIERI, 2017, p. 17). A comunicação socializada é a ferramenta com a qual os seres humanos constroem suas redes de significados, por meio da troca de informações. Esses processos dependem essencialmente das mensagens e das estruturas criadas, que estão em permanente transformação, conseguindo ser local e global, genérica e específica, simultaneamente. E embora cada indivíduo construa uma percepção genuína graças à sua bagagem sociocultural, o ambiente da comunicação é capaz de condicioná-la. Isso significa que toda mudança de ambiente de comunicação (aqui, trataremos como meios) afeta profundamente as normas de construção desse significado e, conseqüentemente, as relações de poder (CASTELLS, 2017), “afinal, o modo como as notícias são transmitidas afeta profundamente seu conteúdo” (PARISER, 2012, p. 53). Programando e alterando a rede, conseqüentemente, alteram-se as relações de poder. E disso se beneficia o que Castells (2017) chama de contrapoder, ou seja, a reação aos movimentos de poder. Assim, a reorganização da rede se dá da mesma maneira: articulando indivíduos com outros interesses e valores, dinamizando e pluralizando as pautas, rompendo alternâncias predominantes. As redes sociais digitais são espaço de autonomia e horizontalidade, pelo qual o contrapoder se organiza e se

articula, subvertendo o processo de comunicação até então articulado apenas por grupos no poder. Segundo o autor, “a luta fundamental pelo poder é a batalha pela construção de significado na mente das pessoas” (CASTELLS, 2017, p. 21). Na sociedade da informação, a comunicação e a informação tendem a permear as atividades e os processos de decisão nas diferentes esferas da sociedade, incluindo a superestrutura política, os governos federal, estaduais e municipais, a cultura e as artes, a ciência e a tecnologia, a educação em todas as suas instâncias, a saúde, a indústria, as finanças, o comércio e a agricultura, a proteção do meio ambiente, as associações comunitárias, as sociedades profissionais, sindicatos, as manifestações populares, as minorias, as religiões, os esportes, lazer, hobbies etc. A sociedade passa progressivamente a funcionar em rede (CASTELLS, 2017; MIRANDA, 2000).

Coletivos midiáticos também têm se apropriado cada vez mais de sites de redes sociais para produzir conteúdo sobre os acontecimentos nas ruas. Antoun e Malini (2010 *apud* BITTENCOURT, 2015) entendem isso como mídias de multidão, cujos valores para geração de conteúdo na rede são mobilização, engajamento e atividade social. E apesar de estarem por toda a web, é nas mídias sociais digitais que ganham força, uma vez que pautados pelo ideal de comunicação como um processo embasado pela participação e interatividade. Esses grupos independentes e alternativos “atuam de forma independente da mídia de massa, podendo ou não participar da organização das atividades de rua.” (BITTENCOURT, 2015, p. 124). Para Prudêncio (2005, p. 5), essa articulação pode ser considerada como “contra-informação”, pois se organiza a partir de uma “seleção criteriosa de assuntos considerados mais importantes e relevantes publicamente, adequação a uma linguagem padrão (geralmente militante) e uma equipe de produção. A diferença está na abordagem e no conteúdo”.

A internet e as tecnologias digitais de comunicação vêm reconfigurando as formas de comunicação interna entre ativistas para a organização de protestos e atos e as formas de reportar os movimentos sociais à sociedade em geral. (BITTENCOURT, 2015; CASTELLS, 2012). Mas como isso tem acontecido? Qual é a reconfiguração de fato, na prática? Castells (2012) tem olhado para esses movimentos e buscado identificar seus denominadores comuns. Antes disso, vale lembrarmos o que o sociólogo entende por movimento social. “Para que se forme um movimento social, ativação emocional dos indivíduos deve conectar-se a outros indivíduos e se exige um processo de comunicação de uma experiência individual para outras” (CASTELLS, 2012, p. 28). E isso é fundamental para que o processo de comunicação seja, também, efetivo operacionalmente: o mesmo nível de entendimento entre emissores e receptores da mensagem e um canal eficaz.

Unindo as duas percepções trazidas por Castells, entendemos que um movimento social é formado, solidificado e cresce por meio da empatia, das experiências semelhantes entre os indivíduos, que os conecta emocionalmente ao ponto de compartilharem suas dores e transformarem sua raiva em ação a partir da superação do medo. “As próprias práticas de ciberativismo comprovam a força dos meios digitais para a articulação, mobilização e ações políticas.” (PRIMO, 2013, p. 17). Isso se dá, conforme Castells (2017, p. 28), “pela expressão extrema da raiva, sob a forma de indignação, ao tomarem conhecimento de um evento insuportável ocorrido com alguém com quem se identificam.” Ao gerar empatia por meio da expressão de sentimentos, cria-se um vínculo e a identificação é mais bem assimilada. Assim, “a busca de dignidade em relação à humilhação com base institucional foi uma força motriz emocional básica para os protestos.” (CASTELLS, 2017, p. 37). No entanto, conforme o autor, “os movimentos sociais têm um conjunto de causas estruturais e motivos individuais para se erguer contra uma ou várias dimensões da dominação social, mas conhecer suas raízes não responde à questão de seu nascimento.” (CASTELLS, 2017, p. 27).

Castells (2017) nos faz refletir sobre os elementos comuns que organizam e articulam os movimentos sociais. A partir da sensação de empoderamento, ele traça uma linha do tempo: nascida do desprezo pelos seus governos e classe política, estimulada pela indignação oriunda da cumplicidade entre as elites financeira e política, desencadeada por um pico emocional a partir de algum evento insuportável, levando à superação do medo “mediante a proximidade construída nas redes do ciberespaço e nas comunidades do espaço urbano.” (p. 34). Para o autor, essa nova configuração de movimentos sociais, embora precedida por outros movimentos na década de 2000, de maneira plena, iniciou na Tunísia e na Islândia entre 2008 e 2011 (2017). Castells atribui o processo de mobilização desses dois movimentos, em especial, à constituição de modelo para os movimentos sociais que se seguiram em outros países do mundo devido às significativas mudanças que geraram. “Estabeleceu-se a democracia na Tunísia. Uma nova ordem constitucional, ampliando as fronteiras da democracia representativa, foi alcançada na Islândia, onde se implementou o novo conjunto de políticas econômicas.” (2017, p. 56). Tudo isso advindo da transformação da consciência cívica a partir do processo de mobilização que gerou as mudanças políticas citadas. O mundo estava em crise, à procura de novas formas de convivência, e esses movimentos vieram mostrar o caminho. O Brasil experimentou sua primeira mobilização por meio do ativismo digital em 2013, com as Jornadas de Junho.

São esses movimentos sociais que, no decorrer da história, por não se sentirem mais compatíveis com as normas sociais vigentes, rompem com o estabelecido até então e produzem novos valores e objetivos, acerca dos quais a sociedade como um todo vai se transformando.

Não à toa a sensação de ansiedade, medo e insegurança que tem rodeado dos mais velhos aos mais jovens. Tudo muda muito rápido e a tendência natural é reagirmos impulsivamente às mudanças. A partir dessa incompatibilidade com a norma vigente, os movimentos se articulam e buscam estimular que as instituições da sociedade se transformem a fim de melhor representar os valores atualizados e pelos quais brigam as novas gerações. Com isso, geram-se novas normas para organizar a vida social, com o contrapoder situado junto aos movimentos sociais construindo, conforme Castells (2017), em primeiro lugar, um processo de comunicação autônoma. Para esses movimentos, a autonomia está longe dos conglomerados midiáticos tradicionais, controlados por governos e empresas de mídia. “Na sociedade em rede, a autonomia de comunicação é basicamente construída nas redes da internet e nas plataformas de comunicação sem fio. As redes sociais digitais oferecem a possibilidade de deliberar sobre e coordenar as ações de forma amplamente desimpedida.” (CASTELLS, 2017, p. 24).

A percepção de que as instituições democráticas não representam mais os interesses dos cidadãos e a classe política se tornara uma casta que se autorreproduz e favorece os interesses da elite financeira e a preservação de seu monopólio sobre o estado é um dos gatilhos que articula os movimentos sociais (CASTELLS, 2017). No entanto, para que se os valores defendidos por esses movimentos sociais e as reconfigurações propostas por eles se tornem de ordem prática, é preciso que a voz das redes encontre a voz das ruas, constituindo um espaço híbrido rede-rua, em que se estabelece conexão entre a comunicação livre gerada pelas mídias sociais digitais (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram etc.) e a ocupação de espaços urbanos. A questão fundamental em relação a esse novo espaço público, híbrido, situado entre o digital e o urbano, é que nele a comunicação é autônoma. Para Castells (2017, p. 26), “a autonomia da comunicação é a essência dos movimentos sociais ao permitir que movimentos se formem e possibilitar que eles se relacionem com a sociedade em geral, para além do controle dos detentores do poder sobre o poder da comunicação”.

Como organizações que se contrapõem ao(s) poder(es) vigente(s), chamaremos eventualmente os movimentos sociais atuais de movimentos de contrapoder. Para isso, recorreremos a Castells (2017) para auxiliar na definição de poder aplicável às circunstâncias desta pesquisa. Conforme o autor, o poder é exercido combinando-se coerção e intimidação com persuasão e construção de consenso. Assim, “o monopólio da violência é condição necessária para a manutenção do poder, mas não é suficiente a longo prazo. Ele exige a construção de legitimidade, ou aceitação e resignação, na mente das pessoas”. (CASTELLS, 2017, p. 79). Além disso, o poder é multidimensional e cada uma de suas redes específicas, quais sejam, econômica, política, militar, ideológica, cultural etc, possui suas próprias redes

específicas de poder. Além disso, para que o poder seja sustentável, é essencial que várias das redes fundamentais se articulem (CASTELLS, 2017).

Na atualidade, os manifestantes dos novos movimentos sociais conectam redes de contrapoder, somando forças e enfraquecendo o sistema de dominação, visto que a violência está sendo transformada por esses movimentos, cada vez mais, em um recurso difícil se empregar para manter o país “sob controle”. Isso também resume, de maneira ampla, a razão de a rede militar de poder se aproximar das redes geopolíticas conectadas a ela em uma tentativa de recuperar sua legitimidade e se movendo em direção à ocupação, também, de espaços no regime democrático de governo (CASTELLS, 2017).

Segundo Shirky (2011, p. 21), “as pessoas querem fazer algo para transformar o mundo em um lugar melhor. Ajudam, quando convidadas a fazê-lo. O Acesso a ferramentas baratas e flexíveis remove a maioria das barreiras para tentar coisas novas.” Ou seja, não é necessário um superequipamento ou um investimento milionário em mídia de massa; simples telefones são o suficiente nos dias atuais. E é essa articulação por meio dos dispositivos móveis que vem incentivando e multiplicando os movimentos sociais ao redor do mundo desde a primeira década do século XXI. Castells (2017, p. 93) apresenta a ideia das redes de telefonia e de internet não apenas como ferramentas, “mas formas organizacionais, expressões culturais e plataformas específicas para a autonomia política”. E foi o que vimos acontecer durante a Primavera Árabe, quando soluções específicas foram desenvolvidas pelas próprias plataformas para dar voz e vazão às suas reivindicações e aos seus protestos. Exemplo foi quando engenheiros do Google e do Twitter desenvolveram o *Speak to Tweet* (fale para tuitar, em tradução livre), “ferramenta que convertia automaticamente em tuíte uma mensagem de voz deixada numa secretária eletrônica acessada por telefone fixo. A mensagem era então enviada como tuíte para a *hashtag* do país de onde viera a chamada” quando os movimentos das revoluções árabes e no Egito sofreram “repressão aberta, censura à mídia e bloqueio da internet”. (CASTELLS, 2017, p. 64-67).

Para além da internet, que carrega o protagonismo dos movimentos sociais digitais, há que considerarmos também os aparelhos intermediários. Noventa e nove por cento dos brasileiros que acessavam a internet no ano de 2019 (ou seja, 133,8 milhões de usuários) o faziam utilizando um aparelho celular; desse total, 58% tinham exclusivamente o aparelho como ferramenta-meio para navegar (CETIC, 2020). Em metade dos países árabes, em 2011, “a penetração dos telefones celulares ultrapassava os 100%” (CASTELLS, 2017, p. 85). Ainda segundo Castells (2017, p. 95), “a infraestrutura de informação, sob a forma de telefones celulares, computadores pessoais e redes sociais, é parte da história causal a ser contada a

respeito da Primavera Árabe”. Nesse sentido, a força que atividades midiáticas adquirem no dia a dia de movimentos e de coletivos ao reportarem fatos e reconfigurar a própria rede de comunicação dentro dessas atividades tem ganhado a alcunha de *midiatização do ativismo*, ou seja, a interconexão constituída entre ativismo, mídias e meios, desde a origem das manifestações até sua multiplicação.

A apropriação das ferramentas por parte dos movimentos em rede para comunicação, produção e circulação de conteúdos, fatos e narrativas escapa ao controle dos grandes conglomerados midiáticos e faz refletir sobre a pluralidade de narrativas a partir das vozes de diferentes atores. Nessas circunstâncias, a midiatização do ativismo também estimulou que grupos específicos surgissem para dar conta das coberturas a partir de sites, mídias sociais digitais e a web em geral - apropriando-se inclusive dos critérios de noticiabilidade da própria mídia tradicional. De certa forma, essa organização contribuiu para que os protestos tomassem forma e as narrativas fossem disseminadas com as vozes originárias das mobilizações, ganhando força e se sobrepondo às narrativas da mídia tradicional.

Assim, e somando à análise de Castells apresentada a partir dos movimentos que eclodiram de 2011 em diante, a confirmação de que uma sólida plataforma digital, social e culturalmente inserida na respectiva comunidade, é fundamental para o sucesso dessas articulações. Sobre isso, concordamos com o sociólogo quando diz que “países cuja sociedade civil não está equipada com uma plataforma digital têm muito menos probabilidade de passar por movimentos populares em prol da democracia” (2017, p. 96). Isso, naturalmente, considerando que o uso dessa plataforma não tenha-se dado a curto prazo, apenas para fins de movimentações sociais, mas que já esteja imbricado à sociedade local.

A crítica apresentada por Prudêncio (2005, p. 9) diz respeito à espetacularização da internet como meio de comunicação de ativistas, uma vez que a autora analisa a produção de informações seguindo o mesmo escopo que tanto é criticado na mídia tradicional: “a produção da informação apresentava os mesmos vícios que os ativistas criticaram na sua mídia opositora: supressão de informação, censura e visão parcial (atribuindo a si o monopólio da crítica, por exemplo), sempre adequada aos objetivos políticos do grupo”. Nesse sentido, alicerçada por John Downing (2002), ela propõe uma reflexão importante: “Então, se a mídia ativista procede de forma semelhante à mídia convencional, alternativa não parece ser um adjetivo adequado. A oposição pura e simples não a torna diferente, mas apenas se coloca de outro lado”, colocando em questionamento o que inclusive tratamos nesta pesquisa, que a comunicação pela internet se dá de maneira *alternativa* à mídia tradicional. Feito o contraponto necessário, cabe ressaltarmos que, no que diz respeito a este trabalho, a opção pelo adjetivo “alternativa” para

caracterizar essa comunicação proposta pelo ativismo online, adotamos a significação proposta pela Oxford Languages (online): “2. uma de duas ou mais possibilidades pelas quais se pode optar”, mesma percepção adotada por Lévy (1996, p. 203), que coloca o ciberespaço como uma alternativa às mídias de massa clássicas, pois “encoraja uma troca recíproca e comunitária enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros”.

Em todos os casos, os algoritmos que têm configurado os filtros daquilo que cada ator social recebe em sua própria tela desmistificam a ideia de que todos os indivíduos, ao se posicionarem no ciberespaço, são ouvidos. “Ela é ao mesmo tempo um meio interno e externo e não apenas uma ferramenta, mas também um alvo de protesto e dissenso.” (PRUDÊNCIO, 2005, p. 12). A autora também traz luz em relação à importância da ativação da mídia clássica para os ativismos contemporâneos, pois ela permanece como fonte principal de informação para os “não-mobilizados”, tornando a internet útil apenas “para quem já está habilitado a procurar informação nela. Por isso não está claro se a internet é igualmente efetiva para a mobilização política como é para a reunião de informações” (p. 13).

Outro ponto importante de frisarmos quando falamos de ativismo digital, ativismo online, ciberativismo etc. é que ele, sozinho, não se sustenta. Nada teria se originado do #EleNao se as mulheres não tivessem ocupado as ruas. É necessário que o encontro pessoal aconteça para que a confiança mútua entre os ativistas se concretize. “Por isso, os movimentos sociais continuam promovendo encontros para troca de informações e manifestações *in loco*, porque os protestos eletrônicos não repercutem na audiência nem nos alvos institucionais. (PRUDÊNCIO, 2005, p. 13)”. A internet cumpre seu papel como um exímio facilitador: de conexões, de organização e de mobilização de pontos afins nas redes de ativistas e suas pautas. Isso é o que exploramos, principalmente, na articulação do #EleNao.

3 #ELENAO: DAS REDES ÀS RUAS

“...foi basicamente a humilhação provocada pelo cinismo e pela arrogância das pessoas no poder, seja ele financeiro, político ou cultural, que uniu aqueles que transformaram medo em indignação, e indignação em esperança de uma humanidade melhor” (Castells, 2017, p. 18)

Concordando com Rocha (2017, p. 11), “as ferramentas tecnológicas têm-se demonstrado um ativo de grande valor na difusão de ideias, manifestos e produção de mudanças culturais; inserindo em seu bojo a defesa e disseminação de movimentos sociais relevantes, como o feminismo”. Isso também tem impactado a maneira como as próprias mulheres vêm se relacionando socialmente. Fomos criadas em uma cultura que privilegia e protege o patriarcado e sua manutenção. Para nós, mulheres, nunca foi dada uma escolha real para além dessa herança. Então, começamos, aos poucos, a fazer eco às vozes que já brigavam por todas nós tempos atrás. A internet tem sido a rede fundamental para nos impulsionar da dúvida ao empoderamento. E isso tem se espalhado e chegado a cada vez mais mulheres. O 29 de setembro de 2018 no Brasil foi rico, plural e forte. Como o Brasil. Foi a materialização da união entre os diversos feminismos contemporâneos e a certeza de que das ruas o movimento e sua pluralidade precisam estar representados em todas as instâncias.

O maior ganho na atualidade do movimento Feminista é a sua diversidade de lutas: decoloniais, pós-coloniais, das mulheres negras, das mulheres trans, mulheres deficientes, trabalhadoras, entre tantas outras. Esse cotidiano foi mapeado por pesquisa realizada por Mesquita (2019, n.p), em que a autora comenta a articulação via internet cada vez maior pelo uso de *hashtags*, como a #EleNao. “Os grupos feministas têm ocupado as mídias, formado coletivos e sensibilizado milhares de mulheres com seus textos e o uso de *hashtag* com frases de efeito”. E esses coletivos têm se fortalecido e ganhado espaço: o grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, por exemplo, segue ativo e conta atualmente com mais de dois milhões de integrantes³⁶ (Figura 11). Esse é um exemplo de espaço já organizado em rede. No entanto, existem outras maneiras de se organizar, sem necessariamente estar vinculada a determinado grupo ou coletivo. Isso se dá, principalmente, por meio do uso de *hashtags*, que acabam criando organicamente um grupo focado em um debate central. Tornaram-se bastante conhecidas e midiáticas as postagens inseridas nas *hashtags* #meuamigosecreto e #meuprimeiroassedio que tratavam, respectivamente, sobre os machismos de homens do círculo mais próximo das mulheres violentadas, como familiares e colegas de trabalho, e as primeiras situações de assédio

36 Disponível em: <<https://www.facebook.com/groups/499414607198716/>>. Acesso em 24 out 2020.

que elas vivenciaram. A publicação com o uso da *hashtag*, além de inserir o post em um debate muito mais amplo, teve um efeito dominó, em que cada relato motivava outra mulher a apresentar sua própria história (MESQUITA, 2019). Além disso, as manifestações do *Ni Una Menos*, na Argentina, em 3 de junho de 2015, reuniram 300 mil pessoas. “A partir daí, a onda virou um tsunami: 500 mil pessoas, 800 mil.” (INSTITUTO UPDATE, 2020, p. 14). E foi, também, por meio da utilização de *hashtags* que se iniciaram as articulações das mulheres brasileiras contra Jair Bolsonaro.

Figura 11 - Membros do grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro no Facebook

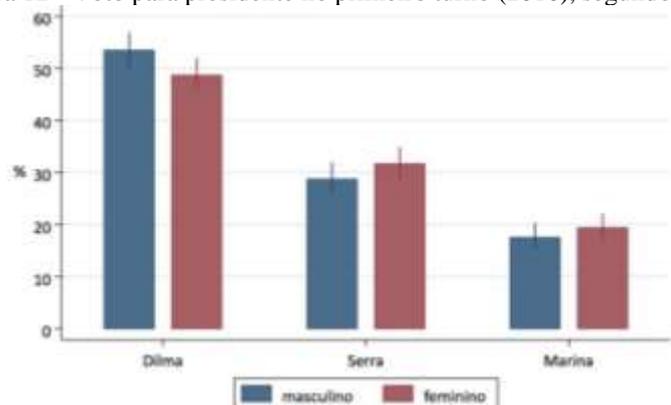


Fonte: Facebook (coletado pela autora, 2020)

Para além de suscitar o debate, a internet o torna mais acessível, visto que a distribuição de uma fotografia, uma frase, um tweet ou qualquer conteúdo do gênero, comum nas mídias sociais digitais, é muito maior que a distribuição de um artigo científico, uma dissertação ou demais vertentes da produção acadêmica - reflexão que se faz necessária com urgência e importância devidas. Além disso, a tendência desses conteúdos é serem muito mais didáticos e populares, aproximando-se muito mais da sociedade em geral e fazendo com que compreendam e naturalizem os feminismos e aprendam a identificar e adquirir força para sair de situações de violência de qualquer tipo. Essas configurações, as características, o ambiente e a emergência desses discursos foram fundamentais para que as mulheres se organizassem com a *hashtag* #EleNao contra Jair Bolsonaro. Na época candidato à presidência do Brasil, ele frequentemente fez declarações que hierarquizavam homens e mulheres, colocando-as sempre em patamar inferior. “Alegava que as mulheres deviam ganhar salários diferentes, ainda que nas mesmas funções; e que o próprio fato da mulher engravidar e tirar licença, justificaria essa diferença; manifestava a opinião de que ter tido uma filha teria sido uma ‘fraquejada’ (SIC)”, entre outros absurdos (MESQUITA, 2019, n.p).

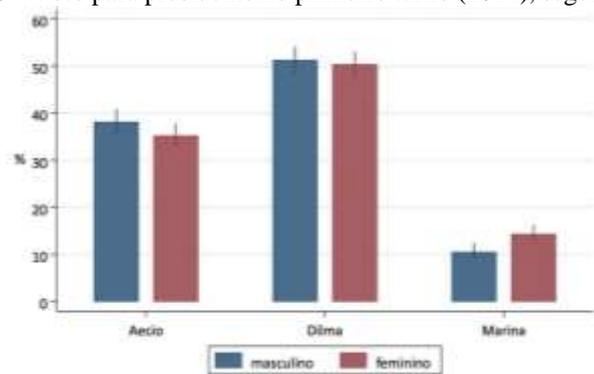
As mulheres acompanharam enfaticamente o processo eleitoral e rejeitaram veementemente o então candidato, a ponto de sua rejeição alcançar 55% entre o público feminino. Essa foi a base para que surgisse, primeiramente no Facebook, o grupo Mulheres Contra Bolsonaro e, então, a *hashtag* que impulsionou a movimentação para além das mídias sociais, a #elenao. Mas essa base não surgiu instantaneamente nas Eleições 2018. Vem de uma crescente inserção e reconhecimento na política brasileira. Após a ocorrência de cinco eleições nacionais (1989, 1994, 1998, 2002 e 2006) em que apenas candidatos homens obtiveram mais de 10% dos votos, duas mulheres concorreram (Dilma Rousseff e Marina Silva) e receberam cerca de dois terços do total dos votos: 66% no pleito de 2010 e 63% na eleição em 2014. Porém, ao analisarmos um pouco mais minuciosamente, vamos verificar que a rejeição a Bolsonaro não vem acompanhada de nenhum resquício comportamental no voto das mulheres ao longo de outras eleições. Recorremos ao Estudo Eleitoral Brasileiro (Eseb) para trazer as informações relacionadas aos pleitos de 2010 (Figura 12) e 2014 (Figura 13) e à pesquisa Datafolha para os dados relacionados a 2018.

Figura 12 - Voto para presidente no primeiro turno (2010), segundo o sexo



Fonte: Pesquisa Eseb (2010)

Figura 13 - Voto para presidente no primeiro turno (2014), segundo o sexo



Fonte: Pesquisa Eseb (2010)

Os dados da última pesquisa de intenção de votos realizada pelo Datafolha trazem a informação gritante da rejeição feminina a Bolsonaro: a dois dias da eleição, a rejeição ao candidato alcançou 50% entre as mulheres. Não há nenhum outro registro de um candidato à presidência possuir uma discrepância tão grande de votos ou intenções de votos entre homens e mulheres. Em 24 horas após a criação do Mulheres Unidas Contra Bolsonaro, feita pela publicitária Ludimilla Teixeira, o grupo no Facebook já reunia 600.000 participantes e recebia cerca de dez mil solicitações por minuto (OLIVEIRA, J. 2018). Assim, pelas redes sociais, se iniciou a provável maior mobilização genuinamente brasileira realizada por mulheres, que tomou as ruas de centenas de cidades do país no dia 29 de setembro de 2018 e criou um novo marco na história das mulheres no Brasil.

3.1 MULHERES EM REDE DE RESISTÊNCIA

Após a criação do grupo, em 30 de agosto de 2018, o rápido crescimento começou a se desmembrar em convocações, primeiramente exclusivamente voltada ao público feminino, para uma manifestação contra Jair Bolsonaro no dia 29 de setembro. No dia 12 de setembro de 2018, segundo Oliveira, J., a manifestação em São Paulo já contava com 40.000 confirmações e inspirava outras cidades do país a organizarem seus atos. Também, a partir da coleta de dados, foi em 12 de setembro que surgiu o primeiro conteúdo atrelado à *hashtag* #EleNao no Twitter. No dia 16 de setembro, apenas quatro dias após, o evento “Mulheres contra Bolsonaro” já estava com milhares de confirmações em diversos locais do país: no Largo da Batata, em São Paulo, com 53 mil confirmações e outras 187.000 pessoas interessadas; na Redenção, em Porto Alegre (RS), com 12 mil confirmações e 29 mil pessoas interessadas; no Rio de Janeiro, na Cinelândia, com 26 mil confirmações e 58 mil pessoas interessadas (OLIVEIRA, J., 2018). O grupo no Facebook segue ativo na atualidade e, para além de uma manifestação contra determinado candidato, tem se configurado como uma movimentação política em geral, visto que suscita debates latentes e necessários, como a defesa dos direitos humanos, proteção ambiental e, naturalmente, as configurações governamentais da sociedade em suas variadas esferas (legislativa, executiva e judiciária nos âmbitos municipal, estadual e nacional). A descrição do grupo atualmente³⁷ o posiciona da seguinte maneira:

37 Consulta realizada em 25 de outubro de 2020.

Grupo OFICIAL destinado a união das mulheres de todo o Brasil (e as que moram fora do Brasil) contra o avanço e fortalecimento do machismo, misoginia, racismo, homofobia e outros tipos de preconceitos.

Acreditamos que este cenário que em princípio nos atormenta pelas ameaças as nossas conquistas e direitos é uma grande oportunidade para nos reafirmarmos enquanto seres políticos e sujeitos de direito.

Esta é uma grande oportunidade de união! De reconhecimento da nossa força! Nas últimas eleições lutamos sob o lema do #EleNao e agora seguimos unidas na resistência e enfrentamento a esse governo fascista.

O reconhecimento da força da união de nós mulheres pode direcionar o futuro deste país! Bem-vindas aquelas que se identificam com o crescimento deste movimento.

Como pretendemos verificar no desmembramento deste capítulo, o #EleNao traz algumas características presentes também em um movimento que vem crescendo principalmente na América Latina, timidamente chamado de Quarta Onda Feminista por suas características peculiares. Seu marco estaria nas Jornadas de Junho de 2013 e teria se consolidado com uma *Primavera das Mulheres* no ano de 2015, quando o coletivo Think Olga³⁸ e a Marcha das Vadias lançaram a *hashtag* #chegadefiu nas mídias sociais digitais, além da Marcha das Margaridas e as manifestações nas ruas contra o deputado Eduardo Cunha (ocorridas em 2015) e o projeto de lei 5.069, que modificava a situação das práticas abortivas e o domínio das mulheres sobre o próprio corpo (BOSCO, 2017). Assim, dada a recente historicidade da organização das mulheres em redes online, percebemos que a articulação iniciada em 2018 deve seguir ativa, crescente e atuante.

Recorrendo à historicidade do grupo MUCB, em 2018, segundo Oliveira, J., as publicações davam conta de criticar as propostas de Jair Bolsonaro bem como as suas declarações, principalmente contra as mulheres. Um dos assuntos que suscitou grande movimentação nas redes sociais foram as afirmações em relação às diferenças salariais entre homens e mulheres, visto que Jair Bolsonaro se posicionou afirmando que a equiparação dos pagamentos na esfera privada não é competência política do Estado. Nesse caso, a perspectiva neoliberal também corrobora com a justificativa de não intervir politicamente em questões de desigualdade de gênero. Além de julgar justa uma menor remuneração por trabalho, diversas frases violentas de Jair Bolsonaro foram dirigidas às mulheres, como “não te estupraria porque você não merece”, dita à deputada Maria do Rosário em duas ocasiões: em corredores da Câmara, em 2003, e em resposta a um discurso dela em dezembro de 2014.

Além dessa colocação, a Agência Lupa³⁹ levantou outras baixarias proferidas pelo então presidente, bem como checkou as afirmações feitas por Jair Bolsonaro. Segundo a agência

38 Disponível em: <<https://thinkolga.com/>>.

39 Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/28/tudo-sobre-bolsonaro/>>. Acesso em 25 de outubro de 2020.

de checagem, há registros públicos de diversas afirmações do então candidato sobre as diferenças salariais. Em 2016, em entrevista à apresentadora Luciana Gimenez na RedeTV!, Bolsonaro afirmou que “não empregaria [homens e mulheres] com o mesmo salário. Mas tem muita mulher que é competente”⁴⁰. Dados do IBGE de 2018 apontavam que a desigualdade salarial entre homens e mulheres no Brasil estava em R\$ 542. Segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio Contínua Trimestral, no segundo trimestre de 2018, o rendimento médio de uma mulher era 76,6% do rendimento médio de um homem. Elas recebiam, em média, R\$ 1.874, enquanto os homens recebiam R\$ 2.446. Essa pesquisa, no entanto, não avalia escolaridade e cargo ocupado. No gabinete de Bolsonaro, enquanto deputado, designou os cargos de seu gabinete com salários mais baixos às mulheres.

O posicionamento do grupo é muito claro em relação a partidos políticos e ao posicionamento de suas integrantes: o MUCB, em si, é apartidário; sua única bandeira é ser “antibolsonaro”, como o grupo mesmo se autorrefere. Também é marcado pela pluralidade entre suas integrantes: de adolescentes a mulheres que, pela lei, já não são mais obrigadas a votar (maiores de 70 anos), as discussões no espaço online viraram uma maneira de apoiar umas às outras e ajudá-las a passar pelo momento em que muitos dos próprios familiares apoiaram Bolsonaro. Muitas vezes sem o apoio da família, o MUCB virou um lugar seguro para discutirem política aberta e livremente, sem sofrer o silenciamento provocado pela extrema oposição constituída durante o pleito. Além disso, como espaço que perceberam seguro, as mulheres compartilharam situações de violência doméstica, relações abusivas e mulheres trans agradeceram por encontrarem “lugar solidário” (OLIVEIRA, J. 2018).

Em poucos dias, a primeira #EleNao uniu mais de dois milhões de seguidores. “Estamos falando de acontecimentos em rede em convergência com ferramentas, assim, os fluxos de mensagens em larga escala e a alta velocidade das informações têm um impacto na sociedade” (REGATTIERI, 2017. p. 15). O perigo que representou para o grupo conservador de direita pôde ser observado quando a página foi hackeada e transformada em #elesim (MESQUITA, 2019). Em poucos dias, determinadas a dar continuidade à campanha e à mobilização para os atos que aconteceriam em diversas cidades do Brasil e do mundo, a movimentação se multiplicou exponencialmente, surgiram diversas outras páginas, entre grupos, perfis, eventos e fanpages, e o clima, marcado por debates e repressões, ficou ainda mais tenso. A polarização colocava no grupo dos apoiadores de Jair Bolsonaro os ultraconservadores, representando ideias polêmicas e ultrapassadas, como porte de armas à população e salários distintos para homens e

40 Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/04/23/bolsonaro-datena/>>. Acesso em 26 de outubro de 2020.

mulheres. No outro grupo, estariam os defensores da democracia e dos direitos das mulheres, que agregava também políticos da esquerda, artistas e intelectuais brasileiros.

Naturalmente, o crescimento acelerado dessa articulação incomodou a família Bolsonaro e seu grupo de apoiadores, que iniciaram uma campanha para deslegitimar (mais uma vez) a ação das mulheres, visto que sempre foram adeptos da política da pós-verdade, em que suas crenças e percepções se sobrepõem a qualquer lógica. A mobilização puxada pelos Bolsonaros contra a campanha das mulheres partiu, também, das *fake news* propagadas pela família em suas mídias sociais. O deputado Eduardo Bolsonaro publicou acusações sem quaisquer provas em sua página no Facebook⁴¹ e em seu perfil no Twitter⁴² contra o Grupo criado no Facebook, Mulheres Unidas Contra Bolsonaro. Na época, Eduardo Bolsonaro concorria à reeleição como deputado federal e acusou o jornal britânico The Guardian de espalhar *fake news* sobre a mobilização digital das mulheres. Segundo publicação feita por Eduardo Bolsonaro, “*uma página qualquer do Facebook tinha 1 milhão de seguidores quando foi vendida para a esquerda. Então, sem qualquer vergonha, eles mudaram o nome dela para ‘Mulheres Unidas Contra Bolsonaro’ e saiu alardeando por aí que havia uma onda de mulheres contra o presidenciável*”. A “informação” não somente não procede como também foi fator fundamental para evoluir nas políticas de transparência do próprio Facebook, que possibilitou que os integrantes de qualquer grupo privado na mídia social ou qualquer usuário do Facebook em grupos públicos pudessem saber a data em que o espaço foi criado e outros detalhes (Figura 14).

Figura 14 - Eduardo Bolsonaro ataca mobilização das mulheres



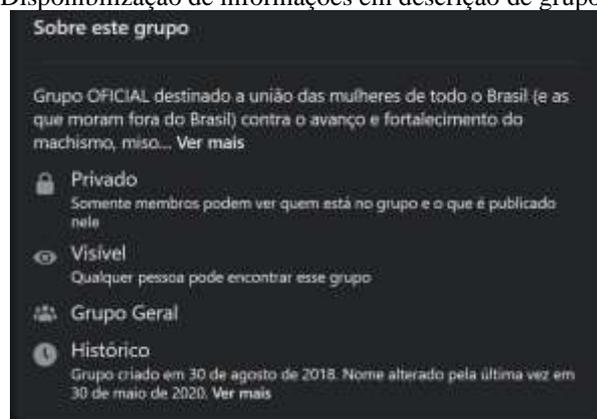
Fonte: Facebook (coletado pela autora, 2020).

41 Disponível em: <<https://www.facebook.com/bolsonaro.enb/photos/a.232804790245486/979204092272215>>. Acesso em 24 out 2020.

42 Disponível em: <<https://twitter.com/BolsonaroSP/status/1041039859845091329>>. Acesso em 24 out. 2020.

O grupo sofreu inúmeras acusações de ter sido comprado. Os apoiadores do presidente Jair Bolsonaro, como verificamos anteriormente, agem primeiramente em defesa do então candidato. Quando o grupo Mulheres Unidas Contra Bolsonaro alcançou um milhão de integrantes, o boato que se espalhou foi que originariamente seria um grupo de humor que mudou de nome e objetivo, mantendo as seguidoras. O Facebook, no entanto, afirma que o grupo foi criado no dia 30 de agosto de 2018 e a data da criação não pode ser modificada, além de nunca ter mudado de nome no período. Entre os argumentos, a maneira como o Facebook exibe o número de pessoas que integra um grupo foi utilizada. Na época, apareciam dois números: um quando se realizava a busca pelo grupo e outro quando se estava dentro dele. Não tenho condições de afirmar como está essa configuração na atualidade, mas à época a divergência se dava devido ao fato de o grupo, para integrantes, exibir o número total, incluindo usuários que haviam sido convidados a entrar. Atualmente, como mostra a Figura 15, é possível verificar os dados de criação e modificações de nome realizadas.

Figura 15 - Disponibilização de informações em descrição de grupo no Facebook



Fonte: Facebook (coletado pela autora, 2020)

À época, o discurso de ódio se intensificou contra as moderadoras e administradoras do grupo, que foram ameaçadas não somente em seus perfis no Facebook como também em suas contas de WhatsApp. As ameaças eram sobre expor dados pessoais, como CPF, nome da mãe, conta bancária, caso o grupo não fosse retirado do ar. Em um ataque ao perfil de uma das administradoras, os invasores conseguiram alterar o nome do grupo para “Mulheres com Bolsonaro”. A conta de outra administradora também foi invadida e os responsáveis publicaram mensagens ofensivas às mulheres do grupo, que novamente passou a ser alterado para se assemelhar ao grupo em oposição, “Mulheres com Bolsonaro #17 (OFICIAL)”. Segundo Ludimilla Teixeira, administradora do grupo, (OLIVEIRA, J., 2018), o surgimento do grupo

foi realmente no intuito de somar forças e trocar ideias, pois quando as postagens aconteciam de maneira individual, as mulheres eram atacadas, assediadas e sofriam *mansplaining*⁴³. “Há casos até de usuários que tiraram print de fotos das meninas e espalharam por aí, éramos atacadas pelos seguidores de Bolsonaro, que são bastante agressivos. Faltava esse espaço para debate” (TEIXEIRA *apud* OLIVEIRA, J., 2018, online). Em contraposição, surgiu também um tímido grupo opositor, o #elesim, de menor expressão. Nele, assumindo protagonismo, mulheres se juntavam ao grupo pró-Bolsonaro e o defendiam, faziam dancinhas coreografadas, entoando “Para feministas, ração de tigela. As mina de direita são top, mais belas, as de esquerda têm mais pelos que cadelas.” (MESQUITA, 2019, n.p). Houve uma tentativa dos grupos apoiadores em se apropriarem das *hashtags* contra o presidenciável, mas não foi efetiva. Apenas 2.581 perfis da rede em defesa de Bolsonaro se engajaram e, no total, representam apenas 5,85% da rede de interações que se formou no microblog na época.

No Twitter, os ataques às mulheres contra Bolsonaro repercutiram de maneira ampla e que extrapolou os grupos mais assíduos em relação à defesa dos direitos das mulheres e começaram a trazer para o debate pessoas de outras esferas, como famosos, intelectuais e artistas. De início, a campanha envolveu 58 mil perfis engajados com *hashtags* da movimentação, principalmente a #EleNao, mas também #mulherescontrabolsonaro e #elenunca. Segundo Castells (2012), as plataformas de comunicação digital têm se revelado fortes aliadas dos movimentos sociais. Ao analisar o papel da internet e das redes nos movimentos sociais, o sociólogo verifica alto potencial de articulação, principalmente entre jovens de 16 a 34 anos, que já desenvolveram um estilo de vida a partir das tecnologias de comunicação e informação. “Elas [as ferramentas de comunicação digital] são ferramentas à disposição de qualquer indivíduo ou rede de indivíduos autoconstruída que deseje ter suas opiniões divulgadas e convocar os que compartilham sua indignação para se juntar num projeto no espaço urbano.” (CASTELLS, 2012, p. 171).

Para Castells, é na conexão entre o ciberespaço e o espaço público urbano que está o cerne dos novos movimentos sociais. “A difusão das redes sociais alocadas na internet de fato é uma condição necessária para a existência desses novos movimentos sociais da época. Mas não é o suficiente.” (CASTELLS, 2012, p. 171). Ainda conforme o autor, são as convocações pela internet, a constituição de redes no ciberespaço somando-se aos apelos pela ocupação do espaço urbano que se configuram como a base dos movimentos sociais da atualidade (CASTELLS, 2017, p. 85). E foi esse o caminho que as mulheres unidas em torno da *hashtag*

43 Explicação masculina sobre assunto que a mulher está tratando.

#EleNao seguiram. O chamado para as ruas veio delas e da referida *hashtag*, mobilizou milhões de pessoas e causou um grande movimento nas ruas.

O #EleNao foi o movimento mais relevante e apartidário de mulheres contra um candidato à presidência no Brasil. Assim, seguindo o modo de organização contemporânea, “foi na conexão entre as redes sociais da internet e as redes pessoais que se forjou o protesto. Assim, a pré-condição para as revoltas foi a existência de uma cultura constituída de blogueiros, redes sociais e ciberativismo” (CASTELLS, 2017, p. 39). Durante um período, a ideia de que as Eleições 2018 seriam decididas pelas mulheres, surgida nas pesquisas de intenção de voto e nos debates, deu esperança à parcela da população que, da mesma maneira, possuía uma postura “antibolsonaro”. Essa volta por cima tirou as mulheres da subrepresentação, fez das colocações que as diminuíram e colocaram no polo negativo da campanha o componente estático que faltava para assumirem o comando, a perspectiva de mudança, mais até que quando uma mulher chegou a ser eleita presidenta do Brasil.

Para a antropóloga Rosana Pinheiro-Machado (2018, online), a articulação das Mulheres Unidas Contra Bolsonaro também é um reflexo dos Estados Unidos, onde mulheres marcharam contra Donald Trump um ano após ter assumido a Casa Branca. Segundo ela, “desde a primavera feminista, quem consegue se organizar hoje no Brasil são basicamente as mulheres”. Em janeiro de 2018, mais de 200 mil mulheres foram novamente às ruas de Washington, nos Estados Unidos, desta vez contra as políticas conservadoras de Trump. As manifestações ocorreram com objetivo semelhante ao que vivenciamos no Brasil: as norte-americanas foram às ruas contra a eleição legislativa de políticos do Partido Republicado, que ocorreram naquele ano.

Conforme Costa (2018, p. 47), “os movimentos feministas descobriram o poder das *hashtags*, em 2014 (...) foi eleita a principal ferramenta do feminismo.” Antes de tudo, precisamos ter claro que “foi essa multimodalidade da comunicação autônoma que quebrou as barreiras do isolamento e tornou possível superar o medo provocado pelo ato de juntar-se e compartilhar” (CASTELLS, 2017, p. 62). Isso, de maneira simplificada, dá conta de que as diferentes ferramentas utilizadas para a narrativa dos acontecimentos relacionados à manifestação contra Bolsonaro demonstram a atuação de um público também diverso e de demais segmentos que estão se apropriando da tecnologia para impulsionar e atribuir a importância que lhes é negada pela mídia tradicional às ações de rua que estão engajados (BITTENCOURT, 2015).

Jair Bolsonaro foi eleito presidente em 2018. No entanto, nem a vitória do candidato enfraqueceu os grupos e as páginas, que se mantiveram sob a bandeira da *hashtag* #elenao e se

posicionando como “todas contra Bolsonaro”, “Mulheres contra Bolsonaro”, “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”. Essas frases também foram títulos das diversas páginas de evento criadas para o dia 29 de setembro, seguidos do nome da cidade onde aconteceria. “É interessante observar que o padrão é se constituir como um movimento eminentemente feminino, no qual cotidianamente, postam mensagens e matérias que revelam a violação dos direitos de mulheres, trans, negras e LGBTQI, e a luta pela defesa dessa população”. Após o resultado da eleição, “e antes que o desânimo invadisse todas que fizeram parte desse grande movimento social, foi levantada a *hashtag* #ninguemsoltaamaodeninguem. Estavam juntas e continuariam”. Foi o que mobilizou, na época, diversos artistas, intelectuais e profissionais das mais diversas áreas a se posicionarem a favor da democracia (em contraponto às posturas autoritárias do eleito), garantindo que não sairiam mais das ruas, e que nelas todos se encontrariam novamente, se referindo à elevada tensão política que o momento provocou, causando inclusive atos de violência física. (MESQUITA, 2019) Em contraponto, também adotamos a perspectiva de Castells (2013, p. 96), a partir da construção da ideia de amparo mútuo e solidariedade que se criou a partir da *hashtag* mencionada acima. O autor relembra que o poder das imagens, assim como do que ele chama de emoções criativas que as narrativas provocam e são “ao mesmo tempo mobilizadoras e tranquilizantes, produziu um ambiente virtual de arte e significado no qual os ativistas do movimento podiam confiar para se conectar com a população jovem em geral”.

3.2 AS ONDAS QUE O FEMINISMO BRASILEIRO JÁ SURFOU

Primeiramente, é preciso esclarecer a perspectiva feminista adotada nesta pesquisa. Concordando absolutamente com Rocha (2017, p. 26), “a pluralidade contextual abarcada pela trajetória feminista traz consigo realidades distintas e, por vezes, antagônicas. O discurso dominante, apresentado nesta dissertação, não é único.” Ou seja, enquanto sujeito, ocupo um espaço de privilégio sendo mulher branca, cisgênero etc., observando e aprendendo sobre feminismo a partir **deste** lugar social, constituído embasado principalmente com os feminismos norte-americano e europeu e que há pouco tempo vem se reconstruindo com outras perspectivas do movimento, como o feminismo negro, LGBTQ+ etc. Assim como explicitam Perez e Ricoldi (2018), a periodização em ondas foi originada nos Estados Unidos, que “geralmente são tomados também como parâmetro principal para esse tipo de historicização [do feminismo] em outros países.”

A partir do contexto do discurso feminista ocidental, as causas que as mulheres vêm lutando bravamente para conquistar, assim como para defender, historicamente acontecem em períodos que suscitam uma grande movimentação diante de avanços e recuos sobre a compreensão coletiva de seu papel na sociedade. Daí que esses movimentos calharam de ser nomeados como *ondas*. Vale destacarmos que a luta pela igualdade não se inicia com a primeira onda do Feminismo, mas acompanha toda a trajetória da história das mulheres. “O uso da ideia de ondas serve para organizar a realidade, apontando tendências do movimento feminista, mas não deve ser limitadora da sua análise, descon siderando a trajetória, contradições e diversidade do campo social.” (PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p)

Neste item, a intenção é trazer a constituição histórica das demais ondas do feminismo a fim de entender por que estamos considerando uma iminente quarta onda. Tornar-se feminista e perceber-se como tal, no entanto, é um processo muito particular, na mesma proporção que é contínuo, ao mesmo tempo em que é uma construção coletiva. Essa transformação se dá por meio de subjetividades próprias das vozes que compõem o feminismo, seja ele negro, popular, acadêmico, indígena, LGBTQ+ etc., ou ainda por aquelas subjetividades que não se percebem inseridas em lutas específicas, como as mulheres que relutam a se denominar feministas, mesmo buscando a equidade tal qual o movimento (INSTITUTO UPDATE, 2020). O que não se pode negar é que “O feminismo trouxe para a esfera política a discussão sobre o caráter social e cultural das relações hierárquicas vivenciadas no cotidiano das mulheres” (MÉNDEZ, 2004, p. 12) e a partir disso começou a agir e produzir reações.

3.2.1 Primeira onda

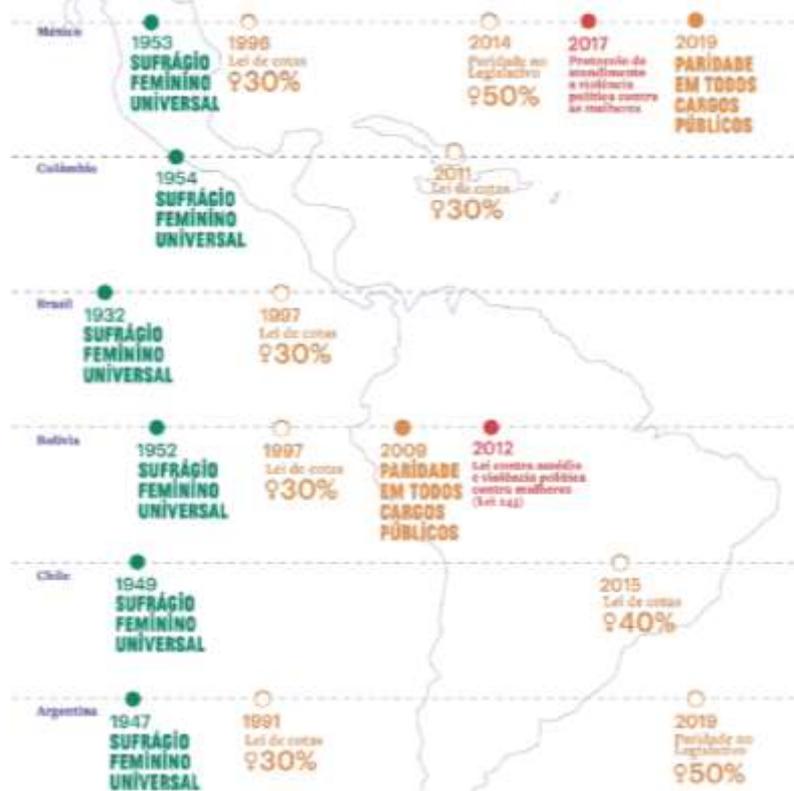
A **primeira onda** feminista é originada com o movimento sufragista, entre o fim do século XIX e o início do século XX, e representa uma aproximação das mulheres com as lutas socialistas, a fim de buscar espaço na política e o direito de votar. No Brasil, segundo Méndez (2004, p. 4), “desde o século XIX verificamos a presença de mulheres que lutavam pela sua emancipação, exigindo o reconhecimento de sua cidadania, o acesso à instrução, o direito ao trabalho, ao voto e à participação política”. Também começaram a questionar a falta de reconhecimento de direitos trabalhistas e a lutar pela igualdade de direitos em relação ao trabalho. O distanciamento das mulheres em relação ao direito ao voto foi o primeiro grande fator percebido na construção da sub-representatividade que se mantém até a atualidade. O estudo *Eleitas: Mulheres na política*, desenvolvido a partir do mapeamento de 600 mulheres eleitas em seis países da América Latina, das quais 96 foram entrevistadas entre maio de 2019

e abril de 2020, já no cenário da pandemia do novo Coronavírus, cujos dados foram analisados a partir de uma metodologia intercultural com as alianças locais de cada país, culminou no relatório que auxiliou a construção desta dissertação, além de uma série audiovisual. A partir deste estudo, fica evidente já um novo momento desmembrado a partir do sufrágio: além do direito a votar e serem votadas, as mulheres da atualidade lutam para a ocupação e paridade dos/nos espaços conquistados com o sufrágio. Apesar de a América Latina ter taxas de ocupação acima da média mundial⁴⁴, o Brasil ainda é um país que dificulta o crescimento deste índice, pois é onde ainda há uma ocupação majoritariamente masculina nos cargos de presidente, ministros, generais e administradores públicos em geral e também onde ainda não foi implementada a paridade nos poderes públicos, conforme aponta gráfico produzido a partir do referido estudo (Figura 16). No Senado brasileiro, por exemplo, não existia banheiro feminino dentro do plenário até 2016. Para as pesquisadoras responsáveis por este estudo, “Consciência de gênero com paridade política é reconhecer que nossas sociedades são diversas e que, quanto mais diversidade houver no poder, mais políticas públicas serão feitas refletindo a realidade dos povos”, o que fortalece a perspectiva democrática da(s) sociedade(s). (INSTITUTO UPDATE, 2020, p. 33).

Esse histórico se faz necessário porque a luta atual das mulheres não é inédita. Na verdade, a cada nova onda do movimento feminista as reivindicações são reforçadas pela perspectiva das novas gerações, assim como acrescentam-se novos e necessários questionamentos sobre o papel designado às mulheres, todas (negras, brancas, indígenas, cis, trans, proletárias, intelectuais, mães, prostitutas e toda nossa diversidade feminina), na sociedade em que vivemos. Méndez ainda reforça que o movimento como um todo, desde seu início, na América Latina não se pautou em reivindicações específicas e pontuais. “A principal característica do movimento era o questionamento às relações econômicas, políticas e culturais que mantinham as mulheres relegadas à situação de inferioridade”. Ou seja, “as transformações exigidas pelo movimento feminista questionam um dos pilares da sociedade ocidental que consiste na afirmação das diferenças entre homens e mulheres como um dado natural e imutável” (MÉNDEZ, 2004, p. 5-6).

44 31,6% das vagas nas Câmaras de Deputados são ocupadas por mulheres, enquanto a média mundial é 24,5%. No Brasil, há apenas 15% de mulheres na Câmara dos Deputados. (INSTITUTO UPDATE, 2020, p. 36)

Figura 16 - Evolução a partir do sufrágio feminino na América Latina



Fonte: Instituto Update (2020, p. 127)

Se pensarmos pontualmente na luta das sufragistas, veremos que ela ainda se faz necessária na atualidade, uma vez que as mulheres obtiveram status jurídico e o direito ao voto muito depois dos homens – e em algumas partes do mundo ainda nem isso. Por essa perspectiva, pode-se considerar que o Estado ainda é uma estrutura patriarcal, mesmo que em muitos países da América Latina já se haja políticas que busquem, por meio de cotas, reconstruir a perspectiva que excluiu as mulheres estruturalmente desses espaços. Excelente exemplo disso é a Bolívia, onde a paridade de gênero foi alcançada em 2006, e o México, que em 2020 conta com as mulheres ocupando metade dos cargos no Congresso e na Câmara dos Deputados; no Senado, elas já representam 52% das cadeiras. Foi assim que, “através de uma luta constante por seus direitos, as mulheres trabalhadoras romperam o silêncio e projetaram suas reivindicações na esfera pública” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 41) em cada vez mais países.

3.2.2 Segunda Onda

Matos (2014) estipula que a segunda Onda feminista na América Latina foi bastante heterogênea. A partir da década de 1970, trajetórias e particularidades do movimento seguiram

vertentes próprias de espaços de atuação, de identidades e também na sua relação perante o Estado. Naturalmente as identidades do feminismo foram construídas, a partir dos Encontros Regionais e Fóruns, arenas de debates, entre outros espaços, de uma maneira que a autora chama de transnacional. “Nesse sentido, é possível dizer que há uma trajetória compartilhada entre os feminismos, uma reconhecida unidade ainda que na diversidade (VARGAS, 2008; ALVAREZ, 2000 apud MATOS, 2014, p. 5).

Nas décadas de 1970 e 1980, feministas constituíram argumentos para sustentar a ideia de que o Estado é uma estrutura patriarcal, lutando contra o autoritarismo, violência e falta de cidadania nos regimes militares. Para elas, o Estado é “coração das relações de poder de gênero”, pois promove políticas públicas com efeitos de gênero, como licença maternidade exponencialmente maior que a licença paternidade, sem mencionar a divergência da legislação brasileira com a Organização das Nações Unidas sobre o tempo mínimo para amamentação, que é recomendada como alimentação exclusiva da criança até os seis meses de vida segundo a ONU - a licença maternidade regulamentada no Brasil é até 120 dias ou quatro meses. Também é o Estado quem constitui relações e categorias de gênero, uma vez que possui um regime de gênero muito bem definido (CORNNELL, 2015; MESQUITA, 2019). Para solucionar isso, na Argentina foi instituída a Lei Micaela, aprovada em janeiro de 2019, que obriga os servidores públicos dos três poderes a terem formação em gênero e em violência de gênero, inclusive o novo presidente do país, Alberto Fernández, empossado em janeiro de 2020 (INSTITUTO UPDATE, 2020).

Mesmo que boa parte do movimento feminista nessa época estava ligada a organizações de esquerda, da luta contra o capitalismo e a favor da democracia, a autocrítica fez com que rejeitassem “práticas hierárquicas e androcêntricas dessa esquerda, bem como a invisibilização e desconsideração da necessidade das transformações de gênero para a luta política geral” (MATOS, 2014, p. 5). Foi a redemocratização, na década de 1980, que inspirou o movimento Feminista a se fortalecer no Brasil a partir da criação e implementação das primeiras delegacias especializadas no atendimento a mulher, dos conselhos da condição feminina e organizações não-governamentais feministas, bem como a constituição do Conselho Nacional dos Direitos da Mulher. A chamada institucionalização do feminismo. Muito além do direito ao voto, garantido em legislação do Código Eleitoral apenas em 24 de fevereiro de 1932, as mulheres perceberam que precisavam ir além e reconstruir as estruturas sociais lhes imposta. É dessa maneira, criticando o espaço privado e o trabalho doméstico, que a **segunda onda** feminista se constrói com uma afinidade com o movimento socialista, da qual também emergem novas reivindicações. Parte-se para exigências sobre direitos sexuais e reprodutivos, como “o direito

ao aborto e à contracepção, à consciência da sexualidade, o trabalho doméstico, a educação mutilada, a cidadania de segunda classe, as profissões subalternas, a estética imposta (...) que delineavam o quadro de opressão própria à mulher.” (SOUZA-LOBO, 2011, P. 213-214). A segunda onda do movimento se concentrou da década de 1960 a de 1990 e, em síntese, lutava pela liberdade e igualdade de direitos a partir de três correntes do movimento: Corrente do Feminismo Igualitário, que lutava pela igualdade de direitos políticos, educacionais e na esfera do trabalho; Corrente do Feminismo Radical, de raiz, trouxe à tona a discussão sobre “o trabalho doméstico feminino e à função, decretada como biológica, da maternidade. Há uma crítica ferrenha em relação à repetição dos processos ditos naturalizados, sendo estes esquemas opressores”; e a Corrente do Feminismo da Femitude, na qual se acreditava que a mulher deveria trazer à esfera pública da vida os aspectos inerentes à biologia feminina, pois seria o que as diferem do gênero masculino, utilizando-se o conceito mais conservador de feminilidade como constituinte de uma ética feminina. Há uma supervalorização da consciência feminina e da maternidade, que foi a primeira tentativa de “normatização do comportamento feminino operava através do convencimento de que as mulheres eram dotadas de uma vocação natural para a maternidade” (DESCARRIES, 2000 *apud* ROCHA, 2017; MÉNDEZ, 2004, p. 37)

É nessa onda também que cresce o senso de coletividade e força da união entre as mulheres e o movimento passa a ser percebido com o seu potencial transformador social, já que colocou em debate questões como a liberdade sexual da mulher e o papel social da maternidade. “Os pontos de vista e as iniciativas são válidos não porque se originem de uma ordenação central, detentora de um ‘monopólio da verdade’, mas porque são fruto da prática, do conhecimento e da experiência específica e comum das mulheres.” (ALVES; PITANGUY, 1981, p. 08-09). Na Idade Média, por exemplo, as mulheres utilizavam vários métodos contraceptivos, oriundos de ervas medicinais e supositórios elaborados artesanalmente com fins de causar desde a menstruação até abortos e a esterilidade. Esse conhecimento ancestral deixou de ser repassado, em muitos casos, devido à criminalização da contracepção, que retirou da mulher a autonomia sobre o nascimento de filhos. Quando o foi, ocorreu de maneira clandestina (FEDERICI, 2019). Para Silvia Federici, quando o Estado nega às mulheres o controle sobre seus corpos, as priva “da condição fundamental de sua integridade física e psicológica, degradando a maternidade à condição de trabalho forçado, além de confinar as mulheres à atividade reprodutiva de um modo desconhecido por sociedades anteriores” (2019, p. 181-182). Além disso, segundo a mesma autora, “como dizia uma canção feminista dos anos dos anos 1970, forçá-las a ‘produzir filhas e filhos para o Estado’ é uma definição parcial das funções

das mulheres na nova divisão sexual do trabalho”, que se somariam às atividades que passaram a ser taxadas de domésticas, como limpar, costurar etc.

Independentemente de crenças ou ideologias, foi durante a segunda onda que o feminismo se tornou mais forte, amplo e organizado com a inclusão de mulheres negras e lésbicas, que iniciaram a pluralização dos diversos feminismos dentro do movimento com diferentes pautas e lutas. Simone de Beauvoir contribuiu para que o movimento se estendesse às gerações seguintes a partir da publicação do livro *O Segundo Sexo* (1949). No Brasil, acompanhando toda a América Latina, como já vinha acontecendo nos Estados Unidos e na Europa em 1968, as mulheres também lutavam contra a opressão das ditaduras militares nos anos 1970 e 1980. A partir da redemocratização, em 1985, no auge das Diretas Já, foi justamente esse movimento das mulheres que serviu como base de apoio popular para o que ficou conhecido como “Lobby do Batom”: grupo formado por 26 deputadas que batalharam na Assembleia Constituinte por uma constituição mais justa. Para Hollanda e Bogado (2018), foi em 1985 também que surgiu movimento acadêmico, propondo uma discussão sobre os estudos feministas e de gênero.

3.2.3 Terceira Onda

A década de 1990 traz consigo a **terceira onda** feminista cuja pauta principal é a liberdade total para as mulheres, referindo-se aos mais amplos aspectos da vida: decisões sobre como viver sua vida, suas escolhas, além de sexuais, profissionais, sobre a maternidade, o aprofundamento do conhecimento e do entendimento sobre questões de gênero, considerando gênero em seu conceito genuíno, que diz respeito “aos aspectos sociais atribuídos a cada sexo, o que está conectado a imposições de papéis sociais e expectativas em relação aos comportamentos de homens e mulheres” (UPDATE, 2020, p. 33). Surgiram obras como *Pode o subalterno falar?*, de Gayatri Chakravorty Spivak (1985), além da teoria de Judith Butler (1990) que interpreta a concepção de gênero como discursiva, uma vez que, para a autora, o sujeito se torna masculino ou feminino de acordo com a *performance*, nesse caso constituída de atos repetitivos inseridos em uma sociedade de olhar bipolar heterossexual que atribui, por repetição, determinados atos, aparências e escolhas ao sexo biológico de cada indivíduo (BUTLER, 2013). Butler também protagonizou grandes discussões ao trazer em suas obras uma crítica às demais ondas, cuja percepção da autora é de que se dedicaram a uma identidade definida, compreendida por uma categoria limitada de mulheres, ignorando que as opressões atingem as mulheres de modos diferentes. Butler propõe um recorte de classe e raça, pois

entende que o discurso tido como universal é excludente devido ao fato de que, na primeira e segunda ondas, nem todas as categorias de mulheres buscavam a mesma ação. O sufrágio foi a pauta das mulheres brancas e burguesas e das operárias, por exemplo.

“Tal período foi marcado pela relação do Estado com os movimentos - seja via financiamento e/ou pela participação dos mesmos na formulação e execução de políticas públicas.” (PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p) Também concentrou grandes articulações políticas e a intensificação da luta contra os privilégios dos homens e os efeitos da constituição patriarcal da sociedade. Foi nesse momento do Feminismo, inclusive, que surgiu a pauta da interseccionalidade no movimento, ou seja, um feminismo agregador e amplo, que contempla todas as mulheres e seus diversificados modos de vida e especificidades. Para Rocha (2017, p. 39), “as vivências das feminilidades em sua amplitude constituem-se a bandeira das feministas interseccionais”.

No Brasil, a linha do tempo do movimento Feminista traz como principais acontecimentos: a permissão para que as mulheres frequentassem escolas, em 1827; a permissão para que frequentassem universidades, em 1879; a publicação do livro *Direitos das mulheres e injustiças dos homens*, de Nísia Floresta, em 1932; aprovação pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) de uma medida que previa igualdade salarial para homens e mulheres em 1919; a eleição da primeira mulher em 1928 (Luísa Alzira Soriano, prefeita de Lajes/RN); a conquista do direito a votar e a ser votada em 1932; a publicação da lei nº 4.212/62, conhecida como o Estatuto da Mulher Casada, que, dentre outras medidas, deu às mulheres o direito à guarda dos filhos em caso de separação e ao trabalho sem a necessidade de autorização do marido em 1962; a sanção da Lei do Divórcio, que garantiu a escolha de não permanecer em casamentos que não desejavam, em 1977; a criação da primeira Delegacia de Atendimento Especializado à Mulher (DEAM) em 1985; o sistema de cotas que obriga as chapas eleitorais a terem pelo menos 20% de mulheres constituindo suas candidaturas instituído em 1996; a sanção da Lei Maria da Penha que protege as mulheres em situações domésticas de perigo, violência ou fragilidade em 2006; a nomenclatura correta para o assassinato de mulheres alterado no código civil para feminicídio em 2016 - o crime é um homicídio qualificado do qual a mulher é vítima justamente por ser mulher. Essa nova linguagem, além de resultado da luta, também deriva das novas formas de comunicação, que inserem em nosso cotidiano novos símbolos. O processo de redefinir o vocabulário também interfere na nossa forma de compreender o mundo e de nos organizar. Feminicídio, por exemplo, era antes chamado crime passionai. “E esse novo vocabulário é poderoso, porque muda a estrutura de pensamento e contribui para alterar, junto, toda uma cultura ultrapassada” (INSTITUTO UPDATE, 2020, p. 13).

Essas conquistas mais recentes já estão sendo tratadas por autoras latino-americanas como inseridas em uma nova onda do movimento feminista. Segundo Mesquita (2019, n.p), “quando os feminismos americano e europeu pensam a mulher contemporânea, esquecem de analisar que nessa imagem há uma certa colonização do pensamento.” A partir deste olhar, tem-se constituído um novo momento dentro do Feminismo Latino-americano. Nos últimos anos, a crescente onda de manifestações provou que a revolução será feminista ou não será. As mulheres se conectaram, literalmente, umas às outras pelas redes sociais digitais e somaram suas vozes ao redor do globo para relembrar a sociedade de direitos já constituídos e defendê-los como nunca. Mas isso já não basta. A pauta levantada na terceira onda feminista, da interseccionalidade, virou o ponto de partida do que tem se tratado como uma **quarta onda do feminismo**, genuinamente latino-americana.

O Feminismo contemporâneo ainda tem muito por conquistar e tem ido à luta para tanto. Com a multiplicidade de mulheres, realidades, vivências, histórias e experiências crescendo também se potencializam na mesma proporção as pautas e lutas, bem como sua potencialidade de promover significativas transformações sociais. A completa igualdade de direitos e de oportunidades já é unanimidade dentro das reivindicações feministas, assim como questões como crimes sexuais, aborto, violência, diversidade, maternidade. Mas há especificidades no mesmo volume que há diversidade de grupos, como as mulheres negras, mulheres transexuais, indígenas, lésbicas, deficientes, analfabetas, entre tantos outros. Mas o que tem unido esses diferentes grupos de maneira soberanamente coletiva é a luta para efetivar uma transformação social ampla não só por nova constituição comportamental da sociedade, mas que isso seja uma consequência da profunda ressignificação dessas questões na mentalidade coletiva sobre o papel social ao qual as mulheres ainda são subjugadas.

E, para chegarem a isso, as mulheres têm se organizado por todos os meios que têm acesso e onde encontram mais mulheres compartilhando as mesmas perspectivas. O Ni Una Menos, por exemplo, realizado em 2015, despertou uma nova onda de manifestações pela América Latina. Em 2018, na Argentina, impactou a Maré Verde, campanha pela legalização do aborto, que reuniu dois milhões de mulheres usando lenços verdes, símbolo da movimentação. A articulação das mulheres levou, em dezembro de 2020, à aprovação do aborto seguro, legal e gratuito na Argentina nas primeiras 14 semanas de gestação. Ainda em 2018, a Câmara de Deputados aprovou o projeto de lei, redigido por mulheres da sociedade civil e deputadas e vetado pelo Senado - excelente exemplo de como a pressão nas ruas está obrigando a corrigir palavras vindas a público tanto quanto propor um novo rumo às políticas. No Brasil, o Ni Una Menos impulsionou manifestações contra Eduardo Cunha, na época presidente da

Câmara dos Deputados, autor de um projeto que dificultava o acesso das mulheres ao aborto legal. Depois, as mulheres brasileiras foram às ruas novamente protestar contra e exigir respostas sobre o assassinato da então vereadora Marielle Franco, ocorrido em 14 de março de 2018, cuja lacuna segue sem ser preenchida. Em 2019, foram novamente às ruas com uma mensagem muito clara: #EleNao.

No México, em 2019, surgiu o #NoMeCuidanMeViolan, protesto que reuniu as mulheres nas ruas contra a violência policial. A última grande articulação com essas configurações foi no fim de 2019, no Chile, quando mulheres do coletivo LASTESIS fecharam uma rua, em Valparaíso, para cantar: “O patriarcado é um juiz, que nos julga por nascer. E nosso castigo é a violência que não vê. É feminicídio. Impunidade para o meu assassino. É o desaparecimento. É a violação”. (UPDATE, 2020)

As pesquisas recentes indicam que esta, considerada uma Quarta Onda do Feminismo, traz como características essenciais “a mobilização construída e divulgada na internet, a interseccionalidade e a atuação por meio de coletivos” (PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p). Para as autoras, a chamada Quarta Onda do Feminismo no Brasil acompanha a expansão do acesso à internet, que torna possível a configuração e a divulgação de diferentes vertentes dentro do movimento. De acordo com elas, o feminismo interseccional desponta como uma das vertentes mais importantes, pois os coletivos passam a ser responsáveis pela discussão e atuação dos feminismos; não deixam de atuar nas suas especificidades, mas promovem a união em torno de pautas macro e favorecem um número maior de grupos sociais.

Esse novo feminismo está se disseminando cada vez mais nas redes sociais digitais e conquistando adeptos. E se colocarmos a internet no centro também das articulações feministas contemporâneas, podemos concordar com Costa (2018, p. 43) que “nunca as táticas e as militâncias das mulheres foram tão potencializadas e produziram reações e alianças na escala que se vê hoje.” A partir da década de 2010, as redes passaram a servir como fator preponderante de mobilização política urbana. Cada indivíduo possui seu potencial de comunicação de massa, unidas em redes invisíveis tanto quanto articuladas, em papéis dinâmicos de geradores e receptores de ideias, com a liberdade de compartilhar suas próprias questões essenciais e questionando o que até então era inquestionável e utilizando a interseção entre o urbano e o virtual para gerar *hashtags* e unir as pautas e as emergências similares para somar força na luta por elas. E este movimento não tem intenção nenhuma de retroceder, nem nas ruas e muito menos nas redes. (MESQUITA, 2019)

3.3 TWEETS E *HASHTAGS*: COMO TRATAR OS DADOS

Podemos concordar que as novas tecnologias da informação e comunicação (TICs) são o grande gatilho da contemporaneidade e todas as suas consequências e potencialidades, ainda (e talvez permanentemente) em fase de descoberta, à medida que avança o acesso a elas e que a vida cotidiana se entrelaça às redes digitais. Os movimentos feministas contemporâneos não se encaixam em uma realidade paralela a essa, muito pelo contrário. Basta uma boa frase de efeito e, *voilà!*, nasce uma *hashtag* capaz de mobilizar milhares de pessoas ao redor do mundo todo, derrubando com um tapa de luva o ultrapassado argumento da “revolução do sofá”. Afinal, em análise simplista, o “grande poder” da internet foi encurtar os caminhos das redes ideológicas que unem esses indivíduos, desvelando a força de ideias convergindo para ações coletivas. Com ela, essas ideias ganharam materialidade e força; e os movimentos que têm trazido seus debates para o espaço online também os têm reorganizado e devolvido à rua, transformando-os em produtos informativos, culturais, políticos etc. No aspecto mais amplo, é um movimento multifacetado e muito dinâmico e plural, onde se encontram pequenas movimentações que se unem pelo coletivo. (MESQUITA, 2019; INSTITUTO UPDATE, 2020)

Os lugares sociais que por muito tempo foram designados às mulheres já não as contentam e nem silenciam mais. As representações de si que a sociedade criou, alimentou e impôs para elas durante muito tempo também não. Elas têm novos (e **próprios**) olhares sobre as questões de raça, de classe, de gênero, da sociedade e o espaço que ocupam dentro dela. Ao longo dos últimos dois séculos, o enfrentamento ao sistema capitalista e seus modos perversos de submissão têm sido protagonizado por elas, a partir da compreensão das relações sociais sob uma perspectiva de exploração, opressão e apropriação, calcada num fundamento material que perpassa a divisão sexual do trabalho, assim como o controle não apenas sobre a sexualidade das mulheres mas também sobre sua reprodução e a designação dessa força de trabalho não-remunerada como uma mera engrenagem produtora de mão de obra barata para sustentar o capitalismo (FERREIRA, 2012; FEDERICCI, 2017; MESQUITA, 2019).

É a partir dessa compreensão que recorri ao Twitter para ouvir o que mais disseram as vozes que tuitaram #elenao. Considerando a dinamicidade e organicidade da internet, ou sua liquidez, nossas escolhas metodológicas foram orientadas também por essas características. Seguindo essa perspectiva, pode-se dizer que esta pesquisa adotou abordagens

multimetodológicas que foram sendo incluídas e alteradas conforme o próprio trabalho se desenhou no decorrer de sua construção. Por exemplo, a pesquisa partiu de seu lócus, o Twitter, e o critério exclusivo de busca dos dados (a *hashtag* #elenao). Outros critérios se desmembraram somente após a banca de qualificação e o avanço da compreensão teórica por parte da autora, como o recorte temporal necessário para tornar exequível a coleta de dados. Assim, de maneira orgânica, permitimos que problema e objetivos fossem se consolidando ao longo da pesquisa.

3.3.1 Etapa exploratória

Antes ainda de conhecermos as alternativas apresentadas pelo próprio Twitter, já havíamos iniciado a etapa exploratória deste trabalho. Iniciamos com uma investigação em mídias sociais como Facebook e Instagram, bem como em portais de notícias. Chegamos, antes de passar pela etapa de qualificação da pesquisa, a inserir quatro portais de notícias como fontes de dados categorizados e esquematizados segundo as premissas da Teoria Fundada com o objetivo de ampliar o olhar sobre a #elenao. No entanto, percebemos que se tornaria inviável e extremamente mais trabalhoso contar com uma tabulação dessas informações, o que demanda um tempo dedicado muito maior para sua realização de maneira a efetivamente contribuir com a análise e não apenas poluir a pesquisa. Assim, já em campo, entendemos a riqueza e o volume de dados proporcionados pelos próprios engajados, seja em favor ou contrários à campanha das mulheres, em suas postagens e interações no Twitter.

Em relação às mídias sociais digitais, a opção pelo Facebook foi a primeira, naturalmente, pois foi onde o grupo MUCB e conseqüentemente o #elenao iniciaram sua organização. No entanto, também no trabalho exploratório, verificamos que as condições de acesso a dados e informações no Facebook são muito restritas e que, portanto, não daria conta da amplitude e pluralidade do movimento, pois não estava exibindo nenhum resultado além daqueles compartilhados pelos amigos adicionados ao perfil pessoal da autora na pesquisa ampla. Além de as informações serem restritas, consideramos, pela perspectiva dos grupos, que a adesão tanto a eles quanto aos eventos no Facebook pressupunha afinidade com o posicionamento contrário a Jair Bolsonaro da campanha das mulheres, #EleNao. Já os conteúdos publicados no Twitter podem reunir posicionamentos espontâneos acerca do tema, independentemente se favoráveis ou contrários, o que somente se pôde verificar no momento da aproximação com os dados.

É assim que a discussão se amplifica e traz elementos que poderiam estar ausentes ao nos concentrarmos apenas no olhar favorável. Toret, por exemplo, sugere o Twitter como opção insubstituível, em função das características interacionais, potencial de espalhamento, além de, ao contrário do Facebook, ser mais aberto, permitindo que as informações se conectem com o resto da Internet (BITTENCOURT, 2015). Assim, fomos ao Twitter; ao digitarmos #elenao na barra de pesquisa, imediatamente milhares de postagens apareceram em uma rolagem infinita, categorizadas inicialmente na aba “Principais” dos resultados de pesquisa. Foi como passamos a investigar as opções de busca da plataforma (Quadro 01) e chegamos à nossa segmentação inicial de coleta:

Quadro 02 - Opções de pesquisa elencadas

Filtro	Opções				
Palavras	Todas essas palavras	Essa frase exata	Qualquer uma destas palavras	Nenhuma destas palavras	Estas <i>hashtags</i> : #EleNão
Idioma	Listagem com todos os idiomas - <i>Português do Brasil</i>	Qualquer idioma			
Contas	Destas contas	Para estas contas	Mencionando estas contas		
Datas	Do dia 01 ao dia 30	Do mês 09	Do ano 2018		
Legenda: <input type="checkbox"/> Segmentação utilizada					

Fonte: elaborado pela autora (2020)

Com este primeiro olhar sobre o Twitter já pudemos estabelecer uma classificação baseada em critérios de inclusão e de exclusão dos *tweets*. Esses critérios, seguindo a perspectiva qualitativa de desenvolvimento da pesquisa, foram fundamentais para manter fontes confiáveis, assegurar a identidade e organicidade do movimento no Twitter e iniciar uma seleção, já atuando sob a perspectiva de sensibilidade do pesquisador aplicada pela TF. Assim, desconsideramos as postagens que não estivessem se referindo à manifestação das mulheres; não contivesse nenhum conteúdo escrito em português brasileiro além da hashtag; e que não apareceram na busca pública do twitter nas datas em que a busca e a coleta foram realizadas.

Os critérios foram construídos a fim de concentrar a análise sobre o território nacional, considerando seus desmembramentos em outros países como uma extensão daquilo que se constituiu de dentro para fora, como um sentimento de preocupação com o espaço social do país, e como uma própria característica que se constitui da digitalização dos ativismos, em que as lutas são pulverizadas muito mais pela identificação com suas pautas do que por sua

geolocalização. Também apareceram postagens em que a própria *hashtag* não dizia respeito aos protestos, e foram desconsideradas, e as que até podem conter a *hashtag*, mas no momento da pesquisa não estavam com os perfis no modo “público”, ocasionando impossibilidade de coleta.

Por outro lado, nos pareceu importante considerar tweets que não possuem a *hashtag* desde que apareçam em resposta a posts que a contenham, mesmo que apenas para contextualização de respostas, mantendo como único critério de busca a *hashtag* #elenao. Também achamos relevante considerar postagens que vêm de outras mídias para entendermos as redes conectadas na internet, assim como os bots, ferramenta que vem tendo um uso crescente, e quando o post é apenas a própria *hashtag*, entendendo esse gesto como um ato voluntário de inserção e soma, mesmo que de maneira tímida. Para que fosse possível estabelecer os primeiros critérios de análise, foi necessário desenvolver algumas categorias. Elas foram organizadas da seguinte maneira:

Quadro 03 - Categorias e dados de análise

Categorias		Classificação	Dados analisados
Etapa da codificação	Aberta	Axial	Seletiva
Perfil		Comum	Todos os perfis que não possuem selo de verificado
		Verificado	Todos os perfis que possuem o selo verificador.
		Bot ⁴⁵	Perfis que se enquadram como robôs.
Ator		Ativista	Conteúdos em tom ativista, convocando para algum ato; manifestando feminismo; perfil de grupo ou coletivo.
		Apoiador	Conteúdos expressando sentimentos favoráveis/apoio à mobilização
		Espectador	Comentários acerca da mobilização em sentido de colocações, perguntas, percepções, etc.
		Repressor	Todos os conteúdos contrários
		Divulgador	Notícias compartilhadas, relatos de fatos
Continua			

45 Regattieri (2017, p. 56) apresenta algumas características que já se atribuíram ao comportamento dos robôs nas redes sociais digitais. Segundo a autora, são elas: a tentativa de imitar o comportamento humano postando conteúdo prévio à ação que estão programados; postam conteúdos em um intervalo que alerte a detecção pelo algoritmo do Twitter; retuitam mais que os humanos e são pouco retuitados; pouco interagem, produzem poucos tweets, respostas e menções; têm nome de usuário geralmente maior e a data de criação do perfil tende a ser recente; quando estão ativos, os bots tweetam com mais frequência que os humanos; tendem a entrar em longos períodos de hibernação; adicionam muitos usuários como amigos, mas poucos os seguem de volta; bots são mais propensos a usar ferramentas automatizadas e programáveis; tendem a postar mais tweets contendo URLs e *hashtags*, entre outras características embasadas por diversos autores colocamos pela autora. “A mecânica das relações com o bot é definida pela repetição, enquanto a humana tem a sua centralidade na variação.”

Conteúdo	Fotos	Quaisquer fotografias
	Expressão artística	Artes digitais realizadas
	Vídeos	Quaisquer vídeos e gifs
	Textos	Quaisquer conteúdos em texto
	Hashtag	Quando aparece somente hashtag
Tipo de post	Tweet	Postagem única ou retweet com comentário
	Resposta	Quaisquer interações com perfis que não sejam o do autor
	Threads/ sequências	Interações com tweets do mesmo autor
	Spam	Conteúdos repetidos por perfis de <i>Bot</i>
Posicionamento	Favorável	Quaisquer manifestações a favor, mesmo que subjetivas
	Contrário	Quaisquer manifestações contrárias, mesmo que subjetivas
	Neutro	Quaisquer manifestações que não seja possível identificar posicionamento, nem de maneira subjetiva
Dispositivo	Móvel	Conteúdos veiculados por dispositivos móveis (Android, iOS, Twitter Mobile/navegador mobile, Instagram)
	Desktop	Conteúdos veiculados por dispositivos desktop (Twitter Web) ou oriundos do Facebook e Youtube que, diferentemente do Instagram, não têm alimentação exclusivamente móvel.

Fonte: elaborado pela autora (2020)

A partir desses critérios trazidos pelo próprio volume de dados a que nos deparamos em campo, entendemos que era necessário delimitar ainda mais a pesquisa, sem incorrer no risco de deixar passar batido algum momento crucial na organicidade dos posts que fosse prejudicar a análise e as percepções resultantes desta pesquisa. Assim, partimos para um recorte temporal, talvez a etapa mais difícil de se chegar a um ponto de equilíbrio que considerássemos coerente com a capacidade de realização da pesquisa x a riqueza e pluralidade de informações para se trabalhar.

3.3.2 Período de observação

Estou em contato com este tema de pesquisa desde a sua inserção na sociedade, quando recém havia ingressado no Programa de Pós-Graduação que resulta neste trabalho. Já é uma

relação de mais de dois anos com um objeto genuíno e dinâmico de pesquisa, tão orgânico quanto a conexão entre milhares de pessoas e suas ideias pode ser. Novamente, para nos organizarmos e entendermos as possibilidades de recorte, olhamos somente para as datas e períodos entre elas, conforme quadro a seguir.

Quadro 04 - Calendário para análise e recorte temporal

				30/08 Criação do grupo	01/09	02/09
03/09	04/09	05/09	06/09	07/09	08/09	09/09
10/09	11/09	12/09 Primeiro tweet	13/09	14/09	15/09	16/09
17/09	18/09	19/09	20/09	21/09	22/09	23/09
24/09	25/09	26/09	27/09	28/09	29/09 #EleNao nas ruas	30/09
01/10	02/10	03/10	04/10	05/10	06/10	07/10 - 1º turno
08/10	09/10	10/10	11/10	12/10	13/10	14/10
15/10	16/10	17/10	18/10	19/10	20/10	21/10
22/10	23/10	24/10	25/10	26/10	27/10	28/10 - 2º turno

Fonte: elaborado pela autora (2020)

Quando colocamos as principais datas distribuídas em um calendário, começamos a ter alguns insights de como poderíamos distribuir o período de observação e coleta para captar a efervescência e conseguir chegar o mais próximo possível do cerne da movimentação das mulheres. Assim, o primeiro olhar que surgiu foi a partir do Twitter, já que é o locus de pesquisa, durante o mês de setembro, entre os dias 1 e 30 do mês. O primeiro tweet a partir da hashtag #elenao apareceu apenas no dia 12, a 17 dias das manifestações e a 25 dias do primeiro turno das eleições 2018.

Por outro olhar, as manifestações nas ruas aconteceram a 8 dias do primeiro turno das eleições. Entendemos que, pela perspectiva desse recorte, deixaríamos de fora algumas consequências desta articulação que se desmembraram após o resultado das eleições, das quais temos conhecimento empírico e gostaríamos de verificar criteriosamente. Assim, passamos a constituir o recorte temporal a partir do nascimento do grupo no Facebook, dia 30 de agosto daquele ano. As manifestações nas ruas aconteceram 30 dias depois da criação do grupo e o primeiro turno das eleições 38 dias após.

Feito isso, passamos a refletir sobre o critério principal do recorte, estabelecendo contrapontos entre o primeiro *tweet* com a *hashtag* x a criação do grupo. Inicialmente partimos do primeiro *tweet*, pois ele responde melhor ao critério de redução do volume de dados a partir de um recorte temporal, possibilitando nos concentrarmos na extrapolação das publicações do Facebook para outras mídias, além de ser o próprio locus de pesquisa. Isso definido, partimos para as margens de datas.

O primeiro ímpeto foi estipular o mesmo número de dias a contar do primeiro *tweet* até o primeiro turno e espelhar esta proporção à data do segundo turno. Ou seja, a partir de 12 de setembro de 2018, data do primeiro *tweet*, até dia 7 de outubro, data do primeiro turno, foram 25 dias. Portanto, estipulou-se a data de 22 de novembro de 2018, 25 dias após o segundo turno das eleições, quando Jair Bolsonaro foi eleito presidente, como o fechamento do recorte temporal, resultando em um espaço de 71 dias de coleta de dados.

Parecia estar adequado, visto que procuramos equalizar os espaços entre os momentos cruciais, as datas das eleições, quando o resultado das ações do #EleNao se mostrariam ou não eficazes em atender ao objetivo de evitar a eleição de Jair Bolsonaro. No entanto, novamente houve a necessidade de readaptarmos o recorte temporal devido ao volume exponencial de dados emergidos. Com isso, solucionaram-se dois problemas: percebeu-se que o volume de dados publicado em apenas um dia já seria suficiente para produzir uma análise rica e abrangente de como estava se configurando esta movimentação, as ações e interações dos sujeitos e todos os seus desmembramentos sem prejuízo algum à identidade e organicidade dele.

Assim, decidimos ser mais humildes em relação à qualidade da análise, post a post, que nos propomos a fazer e à nossa capacidade de realizá-lo bem feito. Então, olhando mais uma vez para o calendário, o óbvio nos saltou aos olhos, literalmente: as principais datas, em que todos os ânimos estavam efervescidos em torno da *hashtag*, seriam **a data da manifestação nas ruas (29 de setembro); a data do primeiro turno (7 de outubro) e a data do segundo turno das eleições 2018 (28 de outubro).**

Tendo isso definido, partimos para efetivar a coleta de dados. Percebemos que, ainda assim, levaríamos muito tempo dedicado apenas à coleta dos tweets e uma análise quantitativa que, efetivamente, não traria o desenho de como se configurou a articulação. Assim, fomos entender como o próprio Twitter qualifica os dados que apresenta nos resultados da pesquisa categorizados como “Principais”. Recorremos à Central de Ajuda do Twitter para obter informações. Segundo o Twitter, “*Em destaque* [atual *Principais*] mostra os Tweets que talvez sejam mais importantes para você. (...) Observação: os Tweets *Em destaque* são selecionados por meio de um algoritmo. Os resultados da busca não são organizados manualmente.” A

plataforma de redes sociais digitais ainda enfatiza que “Os Tweets *Em Destaque* são os Tweets mais importantes para sua busca. Podemos determinar a relevância com base na popularidade de um Tweet (...), nas palavras-chave que ele contém e em muitos outros fatores.”

Ainda na Central de Ajuda, há uma pergunta frequente questionando a razão de os tweets *Principais (Em Destaque)* são exibidos, visto que nem sempre apresentam resultados recentes da pesquisa que está sendo realizada. O Twitter utiliza algoritmos para classificar as buscas e entregar os conteúdos que o algoritmo entende que “têm alto valor para a sua consulta”, porém não deixa claro quais são os critérios que indicam o valor. No entanto, aponta que o “algoritmo de busca constatou que esses Tweets são particularmente relevantes para o assunto que você está procurando, mesmo que eles não sejam os Tweets mais recentes.” e, em um espaço de finalização de determinada seção de perguntas, reforça que “a finalidade da busca do Twitter é aproximá-lo do conteúdo mais relevante para você. Nossos resultados são refinados para combater spam e aumentar a relevância para proporcionar a melhor experiência de busca. O Twitter não insere Tweets específicos na busca.”

Para refinar e conseguir tratar os dados com uma análise mais dedicada, definimos por realizar duas coletas por data segmentada: até/os 250 primeiros resultados *Principais* e até/os 250 resultados *Mais recentes*. O número corresponde aos dados mais brutos, ou seja, independente se contemplam ou não os critérios de exclusão, o que só foi verificado na análise individual de cada post.

A coleta de dados ocorreu por meio de PDFs, dada a necessidade de se preservar o conteúdo da postagem e as interações possíveis de se realizar com ela (clique em links, por exemplo), todos salvos em uma pasta em nuvem⁴⁶, e dos quais se originaram algumas das imagens que ilustram esta pesquisa. Para organizar essas informações e partir para a análise dos dados, foi construído um documento em forma de planilha, também em nuvem, que serviu também para trazer uma perspectiva quantitativa sobre os dados que originam este trabalho, detalhamento que veremos no próximo item.

3.3.3 Quantificando *hashtags* e outros cliques

Utilizamos as ferramentas de quantificação de dados para entendermos, em volume, como se apresentou o recorte desta pesquisa. A partir da tabulação de todos os dados que puderam ser coletados dentro do recorte de pesquisa: *tweets* a partir da *hashtag* #elenao

46 Google Drive vinculado ao e-mail pessoal da autora.

publicados nos dias 29 de setembro de 2018; 07 de outubro de 2018 e 28 de outubro de 2018, seguindo critérios de inclusão e exclusão apresentados no quadro 03, as informações foram arquivadas no documento que dá rumo à análise que trouxemos aqui. A seguir, uma breve descrição sobre cada coluna da planilha.

- **Datas:** as postagens foram organizadas primeiramente seguindo as três datas elencadas para recorte da pesquisa.
- **Dia:** como serão três dias de coleta, há uma coluna correspondendo a qual dia se refere cada publicação. Por exemplo, o número 1 na coluna “Dia” corresponde ao primeiro dia em que a postagem foi realizada.
- **Número:** as postagens foram organizadas por números correspondentes a todas as publicações realizadas. Na coluna “número”, ao lado da coluna “Dia”, aparece a ordem da publicação de cada postagem.
- **Título de referência:** a fim de facilitar o acesso aos PDFs de cada post coletado, foi criado um título para a postagem (a saber, os nomes de referência são compostos pela data de publicação, o número do tweet nos resultados e a letra R, se diz respeito aos *Mais recentes*, ou P, se diz respeito aos *principais*. Exemplo: 290901P).
- **Link:** é onde reunimos os links para as postagens, que também foram salvas em PDF, de maneira offline, caso o conteúdo seja perdido por algum motivo (tornar a conta privada, por exemplo, ou mesmo deletá-la).
- **Curtidas:** o número de curtidas de uma postagem representa a maneira como o post foi recebido pelos seguidores.
- **Retweets:** o registro dos retweets, uma maneira de compartilhar determinados posts com os próprios seguidores, ocorreu da mesma forma que as curtidas, mas não pôde ser honestamente contabilizado devido às opções de privacidade que podem tornar o tweet visível apenas para seus próprios contatos na rede social.
- **Retweets com comentário:** assim como as curtidas e retweets, os retweets com comentários também foram mapeados pelo mesmo processo manual de contagem e tabulação. Corresponde a um indicador de como as postagens replicadas estão sendo interpretadas e associadas à #elenão dentro das microbolhas de cada autor(a).

Durante a observação e coleta das postagens no Twitter e seu arquivamento em formato PDF, nos atentamos principalmente às tendências, motivações, assim como aos estilos e formatos das postagens para proceder com sua categorização. Outra questão importante para trazermos é que uma mesma postagem pode se encaixar em mais de uma das categorias

estabelecidas. Além disso, como será possível acompanhar no próximo capítulo, a proposta de uma quarta onda do movimento feminista a partir das diversas micromobilizações (PRUDÊNCIO, 2004) possui características, algumas genuínas, outras nem tanto, que estão alçando este momento do Movimento de Mulheres⁴⁷ ao patamar de uma nova demarcação histórica, convencionada, a partir das referências norte-americanas, como Quarta Onda.

47 Consideramos que o movimento feminista está dentro do movimento de mulheres. Concordamos com Matos que “Todos os movimentos feministas são movimentos de mulheres, mas nem todo movimento de mulheres se reconhece enquanto movimento feminista.” (MATOS, 2014, p. 6)

4 QUARTA ONDA DO FEMINISMO

“Os movimentos sociais têm que se adequar às novas tecnologias de comunicação e acabam se transformando nesse processo.” (Perez; Ricoldi, 2018, n.p)

O processo crescente de massificação das redes sociais digitais e da tecnologia e, com isso, um ativismo cada vez mais digital, pelo qual se permeiam discussões sobre identidade e corpo; e, por fim, novos ativismos em torno de questões ainda não resolvidas, mas já levantadas em outros momentos do feminismo: violência (estupros coletivos, assédio em transportes) (PEREZ; RICOLDI, 2018). Essas são algumas das pautas que estão inclusas no novo formato que o feminismo vem adotando e formatando na última década. Cazarré (2016) argumenta que, no Brasil, considera-se a primeira Marcha das Vadias, realizada em junho de 2011, em São Paulo, como ponto de partida da Quarta Onda Feminista no país. Perez e Ricoldi (2018) discordam e argumentam que a organização por intermédio digital só se tornou melhor consolidada nas Jornadas de Junho, em 2013. Cazarré afirma que “foi só em 2014 que o movimento ganhou repercussão para valer, em grandes campanhas virtuais antiassédio e contra a cultura do estupro, como a #ChegadeFiuFiu e a #NãoMereçoSerEstuprada”. Ainda segundo ela, a Quarta Onda se fortaleceu em 2015 e 2016 com as discussões em torno do #PrimeiroAssédio e a popularização de youtubers feministas (CAZARRÉ, 2016).

Ao longo da pesquisa, já trouxemos algumas características que vêm sendo versadas acerca da quarta onda feminista. No entanto, se pudéssemos sintetizá-la, nos inspiraríamos em Gabriela Cerruti, jornalista, escritora e deputada federal argentina, para o estudo Eleitas (2020), e diríamos que esse *novo feminismo* é composto por círculos que se conectam, mediados principalmente pelo espaço público digital, como as mídias sociais. Matos (2014, p.3) reafirma essa perspectiva teoricamente, ao conceituar que “o contexto mais ampliado dos nossos feminismos, especialmente a partir dos anos 2000, organizou um novo formato que poderia ser brevemente descrito como o de um movimento multinodal de mulheres”.

A partir da movimentação em torno do #elenao, olhamos o novo modo de fazer política na internet e nas ruas, trazendo luz ao que mobiliza essas mulheres a consolidarem coletivos e movimentações de lugar quase oposto às gerações anteriores, assim como das influências dos feminismos europeu e norte-americano. Seguindo a perspectiva de Perez e Ricoldi, que no ano de 2018 fizeram um levantamento sobre as primeiras literaturas brasileiras acerca da quarta onda, vamos nos atentar para as primeiras características mapeadas: “a presença dos meios de comunicação digitais (...); a adoção de diversas clivagens sociais atreladas ao gênero na luta

feminista, ou a disseminação da ideia de um feminismo interseccional (...). a organização em forma de coletivos”. Matos (2014, p. 3) concorda e traz luz para pensarmos a Quarta Onda como uma agenda de afirmação de complexidades teórico-práticas por meio de dimensões, sendo que ela acontece por meio de esforços de “(a) destradicionalização social (afirmando uma dimensão societária); (b) de descolonização do saber (uma dimensão epistemológica), e; (c) de despatriarcalização / desracialização / desheteronormatização, em distintos planos e diferentes graus, de algumas instâncias do Estado, em especial do Poder Executivo (uma dimensão política)”. Para Pinheiro-Machado (2019), tem se formado uma geração de meninas feministas a partir de espaços em que o movimento não estava inserido no cotidiano, como as periferias. Assim, a partir das interconexões existentes entre os pilares fundamentais apontados por Perez e Ricoldi (2018) e as dimensões sugeridas por Matos (2014), estabelecemos uma percepção própria do que significa essa nova onda.

4.1 COMUNICAÇÃO DIGITALIZADA

Rocha (2017, p. 17) se ampara em Cunha (2012) para defender que “o feminismo 2.0 é uma vertente do feminismo delineada pelo ativismo digital; ou seja, utiliza a internet como meio de difusão de ideais e como espaço de mobilização e engajamento”. Aqui, consideramos a perspectiva “2.0” enquadrada pela Quarta Onda. Pode-se dizer que a articulação feminista atual tem como um dos pilares a intermediação e a potencialidade de circular e globalizar pautas locais e vice-versa, bem como a interação em redes mediada pela internet. Movimentos em redes são aqueles que transpõem limites geográficos, multi-identitários e que abarcam principalmente as pautas de grupos minoritários como os feministas, quilombolas, indígenas etc. Além disso, inexige-se uma fronteira discursiva ou um limite para interações e ações; pelo contrário, é por meio das redes - ou dos círculos que se conectam - que os limites, pautas, lutas são expandidos. No entanto, como alerta Castells (2012, p. 171), “a difusão das redes sociais alocadas na internet de fato é uma condição necessária para a existência desses novos movimentos sociais da época. Mas não é o suficiente.”

Para Manuel Castells (2013, p. 128), “o espaço do movimento é sempre feito de uma interação do espaço dos fluxos na internet nas redes de comunicação sem fio com o espaço dos lugares ocupados e dos prédios simbólicos visados em seus atos de protesto”. Visão de espaço que o movimento feminista atual admite, já que sua atuação se articula em ambos os campos. O autor ainda define a configuração de rede aberta a partir de características locais e globais: em contextos específicos, constituindo suas próprias redes, são consideradas locais tanto em

ocupações de espaços urbanos quanto em conexões estabelecidas via internet. Essas conexões apresentam, ao mesmo tempo, qualidades globais, como a conectividade, aprendendo com outras experiências e reconfigurando suas próprias formas de mobilização. “Expressam uma profunda consciência da interligação de questões e problemas da humanidade em geral e exibem claramente uma cultura cosmopolita, embora ancorados em sua identidade específica”. (CASTELLS, 2013, p. 129; ROCHA, 2017)

Castells (2013, p. 127) reforça que a tecnologia e a morfologia das redes de comunicação constituídas pelo digital “dão forma ao processo de mobilização e, assim, de mudança social. (...) Esse é o novo contexto, no cerne da sociedade em rede como nova estrutura social, em que os movimentos sociais do século XXI se constituem.” Isso porque, mesmo que esses movimentos constituam uma base física em espaço urbano, um sindicato, uma sede, por exemplo, a sua potencialidade de existência se dá no espaço livre e amplo da internet. (CASTELLS, 2013) Segundo Perez e Ricoldi (2018, n.p), “as redes sociais digitais constituem um componente relevante para compreender a constituição dessas organizações [movimentos]. As redes formam um território de ação política em que se produzem disputas em torno do seu controle e é lá que novos membros são formados”.

Essas são as principais razões para que a Quarta Onda no Brasil tenha sido chamada por Felgueiras (2017, p. 119 *apud* PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p) de *ciberfeminismo*, “já que é formada por ‘jovens militantes que foram criadas já na era digital e que compreendem o alcance desta ferramenta de comunicação e sabem muito bem como utilizá-la’. A internet criaria uma comunidade de mulheres ciberativistas.” As redes sociais são o ambiente em que se tornaram recorrentes as campanhas que defendem igualdade de direitos e oportunidades, criadas por indivíduos ou pequenos grupos e compartilhadas por muitas mulheres, o que torna possível a construção de identidades feministas entre as diversas e diferentes usuárias das redes, corroborando para a distribuição e propagação do conceito de feminismo, ainda que não das feministas. Cazarré (2016, n.p) explica que na Quarta Onda “As bandeiras são diversas, como vimos, e temas das outras ondas são revisitados – aliás, sua principal característica não é a temática abordada, mas a massificação do feminismo.”

Contrapondo a ideia apresentada por Felgueira (2016), o surgimento do ciberfeminismo não pode corresponder à Quarta Onda uma vez que diz respeito à movimentação das mulheres em direção ao uso de tecnologias da informação, atividade atribuída majoritariamente aos homens quando do início da sua popularização, e ao uso da internet. “É neste exato momento que vertentes do movimento feminista se apropriam da rede em uma espécie de ‘chamamento’ de novas mulheres a irromperem as amarras sociais e adentrarem no espectro das tecnologias

da comunicação para a militância feminista.” Já em relação à Quarta Onda, pode-se dizer que ela pressupõe um ciberfeminismo atuante, pois vai depender da apropriação das tecnologias para se articular com o surgimento e uso maciço da internet. Por apresentar e oportunizar as discussões e pautas vivenciadas no âmbito social, a disseminação cada vez maior no espaço digital e a inserção na pauta cotidiana atestam que os movimentos sociais digitais estão conquistando espaço e representatividade. (ROCHA, 2017; PEREZ; RICOLDI, 2018)

Para Castells (2013), nossa sociedade em rede é constituída por um poder multidimensional com a articulação de diversas redes programadas nas variadas atividades humanas (financeiras, trabalhistas, de consumo etc.), executadas e articuladas seguindo os interesses de seletos atores habilitados para tal. “As redes de poder o exercem sobretudo influenciando a mente humana. (...) Assim, as redes de comunicação são fontes decisivas de construção do poder”. Seguindo a linha de raciocínio do sociólogo, se a atuação do poder está diretamente relacionada à relação das redes, então o contrapoder se organiza a partir de uma reprogramação das redes em torno de outros interesses. Assim, rompe “alternâncias predominantes, ao mesmo tempo que se alteram as redes de resistência e mudança social. Os atores da mudança social são capazes de exercer influência decisiva utilizando mecanismos de construção do poder”. Os atores, ao ocuparem esses espaços, “subvertem a prática da comunicação tal como usualmente se dá, ocupando o veículo e criando a mensagem” e, assim, “lutam contra os poderes constituídos identificando as redes que os constituem.” (CASTELLS, 2013, p. 10-11).

Matos (2014) apresenta a ideia de redes de comunicação ao atribuir a “ampliação e diversificação da base das mobilizações sociais e políticas, sobretudo dentro de um novo enquadramento ou moldura transnacional, global, além de uma moldura ressignificada nacionalmente”. Para a autora, é por intermédio dessas redes que estão sendo reivindicados “novos direitos humanos, em que sejam superados os legados históricos do patriarcalismo e do capitalismo, onde são os movimentos de mulheres no campo/rurais e também os feminismos e movimentos de mulheres urbanas (moradia/habitação, trabalhadoras e operárias etc.) que têm ressignificado as lutas por mais justiça” (MATOS, 2014, 10-11).

A internet, com todas as críticas consideradas, tem se mostrado uma catalisadora, também, do empoderamento feminino. Regattieri afirma que “As lutas sociais e a democracia estão passando por rearranjos que dialogam com aspectos vitais da cibercultura – rede distribuída, viralização e contágio e formação de comunidades” (ANTOUN & MALINI, 2004 *apud* REGATTIERI, 2017, p. 56). Ao se integrarem e se perceberem em grupo, aumenta a sensação de segurança dessas mulheres. Castells (2015, p. 39) defende que o uso da internet

também aumenta a sensação de liberdade pessoal e influência, “todas elas percepções que têm um efeito positivo na felicidade e no bem-estar pessoal”. O autor afirma que esse efeito é “particularmente positivo para pessoas de baixa renda e poucas qualificações, para pessoas nos países em desenvolvimento e para mulheres.”, uma vez que elas “estão no centro de sua rede familiar e a internet as ajuda a organizar suas vidas. Ela também as ajuda a superar o isolamento, particularmente sob as condições do patriarcado.” Assim, a globalização das pautas do feminismo em redes de comunicação mediada principalmente pela rede mundial de computadores fomenta a união de mulheres em torno de causas, comuns ou não entre elas, em apoio mútuo, beneficiando a ressignificação e atualização de uma pauta da terceira onda feminista para a atualidade, constituindo um dos pilares fundamentais desta nova onda: a interseccionalidade.

4.2 INTERSECCIONALIDADE

Até aqui, podemos afirmar que a internet ainda ocupa um espaço centralizador para a possibilidade de compreensão desses coletivos em pelo menos mais dois sentidos: “primeiro, ela permite que as mulheres tenham voz.” Outro sentido diz respeito à permitir “a proliferação de organizações sem compromisso com a formalidade, permanência no tempo ou presença física. Em outras palavras, a internet permite que pessoas desconhecidas façam parte de coletivos”. No entanto, vamos somar o contraponto apontado por Perez e Ricoldi (2018), ao lembrar-nos da “Onda Rosa”, no Brasil, cuja “ampliação do ensino superior público nos últimos 10 anos e a adoção de cotas permitiram que alunos pobres e negros ingressassem na universidade, pautando assim o debate sobre suas dificuldades.

De acordo com Rocha (2017, p. 49), é nessa emergente onda do feminismo que “as diversidades são abraçadas e as diferenças mitigadas, enquanto as equivalências discursivas sobrepujam as possíveis barreiras iniciais, transportando-se para projetos coletivos de mudança social”. É assim que a interseccionalidade desponta como outro pilar fundamental deste novo momento, ressignificada para as gerações atuais. “A interseccionalidade de discursos feministas permeia e caracteriza a configuração de um movimento social em rede, onde pautas plurais universalizam-se em caráter de luta coletiva, angariando a disseminação de problemáticas sociais plurais.” (ROCHA, 2017, p. 67). Matos reforça a perspectiva ao afirmar que “é essa combinação de discursos e de práticas mobilizadoras (...) que reconhecem a interseccionalidade das diferenças como dado inescapável e como força politizadora das lutas sociais é que tem sido a tônica de movimentos feministas no Brasil e na América Latina” (MATOS, 2014, p. 7).

Para as autoras Perez e Ricoldi (2018, n.p), “a expansão do acesso à internet possibilitou a construção e divulgação de diversas vertentes feministas que combatem o machismo, o racismo e a LGBTfobia”, bem como a luta de classes. “Ou seja, além de possibilitar a ampliação em larga escala de ideias feministas, a internet facilita a mobilização política das mulheres. Por meio das redes sociais digitais são organizados protestos e compartilhados seus resultados.” (PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p). Reforçam que esse outro pilar sustentando essa vertente como uma nova onda do feminismo é uma interseccionalidade resgatada da terceira onda, ressignificada como um modo de acolher todas as mais diversas clivagens do movimento atual. Segundo elas, “o tipo de movimento que encampa essas lutas também se modificou: agora os coletivos são também responsáveis pela discussão e atuação em prol dos feminismos” (2018, n.p). “Nesse sentido, a abordagem interseccional serve como um parâmetro de justiça, na medida em que exige que seja considerado o intercruzamento das desigualdades na inclusão de grupos e garantia de direitos aos mesmos.”

Assim, a partir do processo emancipatório iniciado com o Sufrágio Feminino, as mulheres têm atualizado constantemente a pauta de lutas a fim de agregar cada vez mais integrantes e, em consequência, integrar cada vez mais as mulheres e suas lutas, a fim de equalizar o patamar de garantia de direitos e de atendimento às necessidades socioeconômicas, políticas e culturais semelhantes, independentemente de raça, orientação sexual e identidade de gênero bem como a reparação histórica das consequências da colonialidade do ser, do saber e do poder⁴⁸. E se “O ideal de mulher produzido pela sociedade colonial restringia sua vida ao espaço doméstico, ao cuidado com os filhos, o marido e a casa. As atividades econômicas pertenciam ao universo masculino. A única exceção referia-se às escravas” (MÉNDEZ, 2004, p. 32) e nossa sociedade se constituiu sobre uma cultura escravocrata e colonizadora, como podemos ignorar as diferentes necessidades e lutas de distintos atores sociais?

“A adoção dessas outras clivagens sociais relacionadas à opressão, além do gênero, resultou em uma pluralidade de feminismos chamados de: feminismo negro, feminismo gay, feminismo classista etc.” (PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p). As autoras ressaltam, também, que os movimentos (ou círculos) vêm juntando essas pautas sob o conceito de interseccionalidade, originado na terceira onda, dando à luz os movimentos feministas interseccionais. E isso se comprova a partir da diversidade de frentes que têm composto as manifestações que vêm ocorrendo enfaticamente ao longo dos últimos anos. Uma pluralidade de especificidades proporcional à unidade no discurso da verdadeira igualdade e liberdade que permite a mulheres

48 Para saber mais, consulte a obra de Aníbal Quijano.

que defendem a maternidade lutarem lado a lado com mulheres que defendem o aborto, simplesmente porque a raiz da luta é o real direito ao próprio corpo, à liberdade, às tomadas de decisão sobre si próprias.

Liberdade de gênero e orientação sexual, combate à violência doméstica, ao racismo e ao feminicídio, desconstrução de padrões de beleza e sororidade são as novas pautas-matrizes de um feminismo que parece ter encontrado nas *hashtags* e nas mídias sociais digitais um novo lugar-comum para ampliar as discussões e dar voz aos excluídos pela perspectiva até então predominante do feminismo elitizado e privilegiado. Apesar de essa ideologia ainda não ter se consolidado como dominante, o que acarreta em divergências entre os círculos que se encontram dentro do movimento, é visível o esforço que se tem desempenhado, por parte de inúmeros círculos do feminismo, em ampliar e efetivar a sororidade como uma prática universal em que a empatia, o ato de se deslocar para o lugar do outro e se despir completamente de sua perspectiva para realmente poder compreender outro ponto de vista, seja natural entre as mulheres. A reedição da ideia de sororidade, que já foi rejeitada no contexto estadunidense, se apresenta como a maneira que mulheres brancas podem, de alguma forma, se posicionar sobre questões como cor de pele e classe sem tomar o chamado “lugar de fala” ao mesmo tempo em que as reflexões e expressões de intelectuais negras ganham centralidade (PEREZ; RICOLDI, 2018). Para Matos (2014, p. 4), ainda vamos além desta perspectiva interseccional nesta nova onda: “os novos redesenhos dos movimentos feministas também estão redesenhando novas propostas teóricas, a partir de uma renovada ênfase em fronteiras interseccionais, transversais e transdisciplinares entre gênero, raça, sexualidade, classe e geração (no mínimo)”. A autora argumenta que essa perspectiva, mesmo que reforçando a discriminação de gênero, luta pelo fim da discriminação com base em etnia, geração, nacionalidade, classe, cor de pele ou religião. “Trata-se do reconhecimento de “feminismos outros”, profundamente entrelaçados, e, por vezes, controversamente emaranhados com as lutas nacionais e globais para a justiça social, sexual, geracional e racial.” (MATOS, 2014, p. 11).

4.3 MODOS DE ORGANIZAÇÃO

Outro alicerce deste novo momento do feminismo, já chamado também de feminismo 2.0, é a perspectiva decolonial, também porque parte principalmente do ponto de vista das mulheres latino-americanas, cuja sociedade foi reconstruída a partir das colonizações em todo o continente, reduzindo culturas locais e nativas a reproduções do que os colonizadores consideravam como civilização. Matos (2010) defende que a quarta onda do movimento

feminista estaria delineando um pensamento feminista a partir do Sul Global, trazendo luz para a maneira como as categorias analíticas pensadas pelas perspectivas europeia ou norte-americana, quando utilizadas para tentar compreender as especificidades do Sul Global, não são suficientemente eficazes. Conforme Rocha, o feminismo está entre os movimentos sociais cujas novas configurações “visam a desconstrução de epistemes hegemônicas baseadas em normativas pautadas em categorias de etnicidade e identidade, excludentes e dominadas por seus próprios interesses”. Assim, “à luz da configuração em redes, os movimentos sociais intentam romper com a colonização e com o passado estigmatizador e propulsor da subalternidade, arraigado de princípios monopolizadores do saber e construtores de um universalismo único” (ROCHA, 2017, p. 47-48). No que diz respeito à conversação entre a decolonialidade e esse(s) novo(s) feminismo(s), em síntese, o ponto de equilíbrio é a subversão da ordem estabelecida pelo feminismo hegemônico (relacionado ao norte global).

A cultura androcêntrica já estava em xeque desde a segunda onda na América Latina. No entanto, essa nova onda emerge de uma maneira autônoma e horizontal, “o que discursivamente denota o afastamento das instituições parlamentares e seus partidos políticos, embora muitos de seus membros sejam ligados a partidos políticos.” (PEREZ; RICOLDI, 2018, n.p). Essa mobilização revelou uma forma de fazer política que estava gestando desde 2013, no Brasil, além de outros ativismos. Seu foco maior foi se distanciar do modo antigo de se organizar, geralmente por intermédio de eventos conduzidos por partidos políticos. Desta vez, não há como identificar “chefes” no movimento, pois ele é multifacetado por cidadãos de várias faces que se amparam em uma democracia conectada, participativa e transparente (MESQUITA, 2019).

Isso tudo acontece por meio dos coletivos feministas como figuras representativas do movimento que dialogam e constituem um canal de interlocução em relação às ações vinculadas ao Estado. Evolui, portanto, a partir dessas novas formas de organização, originadas de diversos avanços, recuos e reflexões teórico-práticas acerca da institucionalização do movimento, bem como da profissionalização desse modo de organizar, além de maturidade e maior aprofundamento na discussão de alguns temas, como o feminismo trans, derrubada de diversas barreiras teórico-ativistas e a criação de inúmeras ONGs (VARGAS, 2008 *apud* MATOS, 2014).

As mobilizações realizadas por meio de coletivos são centrais nesta quarta onda, marcada por uma época de crescente desconfiança nas instituições tradicionais, como o próprio Estado. E essa relação de desconfiança e rejeição, também, ao que os ocupantes dos espaços de governo, de segurança etc., catalisa as organizações feministas que buscam se afastar de

quaisquer formalidades ou hierarquias. Ao contrário da terceira onda, em que ocorreu uma radical (no sentido de enraizar) institucionalização do feminismo, este momento se relaciona por um outro aspecto: “tais feminismos reivindicam um retorno às ruas, assim como autonomia” (MATOS, 2014, p. 6). Uma de suas conquistas foi inserir “na agenda dos poderes constituídos na região a necessidade de maior paridade de representação política como uma das últimas fronteiras rumo a uma maior justiça de gênero.” Para Matos, a paridade de representação política pode ser considerada “uma das últimas fronteiras rumo a uma maior justiça de gênero” (2014, p. 11).

Segundo a autora, as organizações não-governamentais feministas, cada vez mais profissionalizadas, “avançaram na introdução dos temas relativos ao gênero nas agendas nacional e internacional ao passo que relativizaram em parte sua função de criticar, pressionar e transformar esse mesmo Estado.” (MATOS, 2014, p. 6 e 10-11). A partir dessa insatisfação, desconfiança e latente anseio por mudanças, “ganham visibilidade e destaque as novas formas de relação com o Estado e de suas muitas instituições”; as feministas têm ocupado cargos públicos, participado da formulação de políticas públicas, se envolvido na organização e deliberação de conselhos gestores, buscado financiamento estatal para suas organizações e, inclusive, exercido uma esfera de competência do Estado: pensar na justiça e equidade de direitos como um direito genuíno de todos os cidadãos a ser aplicado, garantido e melhorado por meio das ferramentas legais disponíveis no sistema democrático atual. Para Matos, “as ONGs passaram a ter um papel importante no fornecimento das políticas sociais, enquanto o Estado passou por um esvaziamento da sua função social.” (MATOS, 2014, p. 6)

Pode-se analisar, também, essa alteração de papéis ao resgatarmos outro movimento característico da época para a qual estamos olhando. Essa nova realidade anda concomitantemente com a implementação de políticas neoliberais por toda a América Latina, sob influência de “instituições financeiras internacionais e apoiada por elites locais”. Tais políticas “diminuíram as formas de engajamento do Estado e buscaram reforçar práticas do mercado como a arena mediadora das relações sociais” e provaram a total incapacidade de resgatar as bases sociais sustentáveis que redistribuem renda e fortalecem a estabilidade econômica e, conseqüentemente, reduzindo a pobreza, ainda uma das principais “ignorâncias convenientes” dos tempos atuais. (SADER, 2008 *apud* MATOS, 2014, p. 6). A autora reforça que, dentro desta nova onda, vem ocorrendo “o alargamento, adensamento e aprofundamento da concepção de direitos humanos que tem sexo, gênero, cor, raça, sexualidade, idade, geração, classe social etc.” cuja pauta se origina na luta das mulheres, das feministas, entre outros movimentos. (MATOS, 2014, p. 10)

Também vale reforçar que esses novos modos de organizar têm proporcionado que a teorização feminista também receba uma nova abordagem e passe a ser construída de maneira participativa, por meio do esforço em construir “ações transversais, interseccionais e intersetoriais de despatriarcalização das instituições estatais”. Essa nova maneira teórica, concomitantemente com as novas clivagens abarcadas pelo feminismo 2.0, busca o diálogo para a compreensão de questões urgentes a serem debatidas - e seus preconceitos superados -, como sexualidade, classe, gênero, cor da pele etc. Isso se comunica diretamente com a atuação de cunho governamental, a qual nos referimos anteriormente, que muitas organizações vêm adotando, no sentido de se desdobrar em “micro e macro estratégias de ação articuladas, integradas, construídas em conjunto pelo Estado e pela sociedade civil” que teriam origem nesse novo feminismo, “interseccional, transversal, multinodal, policêntrico (estatal e anti-estatal ao mesmo tempo despatriarcalizador e descolonizador)” (MATOS, 2014, p. 11). Para a autora, esse processo se desenvolve a partir de uma retomada desenvolvida para provocar a reaproximação “entre pensamento, a teoria e os movimentos feministas (o ‘campo crítico emancipatório das diferenças’⁴⁹, que se propõe a uma reformulação teórica profunda com forte concentração em tradições teórico-críticas feministas contemporâneas decoloniais e que visam um novo enquadramento para um feminismo cosmopolita.” (MATOS, 2014, p. 11)

A síntese das características de cada onda, o período em que ocorreu, quais os principais conceitos, qual era a relação com o Estado e/ou com a Política; qual o cenário econômico; e em que cultura estavam inseridas as lutas foi elaborada por Matos (2014). A autora explicita, também, as categorias que identifica como radicais da quarta onda feminista atual, além de outros aspectos que referencia tratar em pesquisas futuras.

Quadro 05 - Síntese das Ondas Feministas na América Latina e Brasil

ONDA/ Características	Período	Conceitos	Relação com o Estado - Política	Economia	Cultura
primeira feminismo contra o capitalismo estatal	Século 19	Sufragismo (luta pelo sufrágio universal) Escolarização das mulheres Direitos civis e políticos	Luta por incorporação de direitos	Lutas Operárias Socialismo, Marxismo	Modernidade iluminista tradição moderna
Continua					

49 Segundo a própria autora, é uma “proposta de enquadramento teórico-analítico que se assenta numa crítica radical a todos os tipos de opressão, desigualdades e hierarquias” elaborada por ela ainda em 2012. “Trata-se de uma ‘moldura teórica compreensiva, inclusiva, mais justa e mais fortemente democrática’” (MATOS, 2012, p. 37 *apud* MATOS, 2014, p. 13). Não adentraremos na perspectiva teórica proposta. Nos resguardamos a embasarmos a quarta onda feminista a partir do olhar da pesquisadora.

Conceitos-fronteira		SÉCULO 20 - Feminismo/Experiência/Opressão/“Sufragetes”			
segunda feminismo contra o capitalismo militarizado e ditatorial da américa latina	Anos 50/60/70	“Não se nasce mulher, torna-se mulher”... Estudos de Mulheres e Feministas	CONFRONTO Afastamento e repúdio	Economia liberal Globalização/ Liberalismo	Globalização Colonialismo contracultura autoritarismo militarizado e estatal
Conceitos-fronteira		Século 21 - Relações de Gênero/Performativos e trans performativos de gênero			
terceira feminismo e o “novo espírito do capitalismo”: redemocratização e crise fiscal do estado/neoliberalismo	anos 80/90	Estudos de gênero, relações de gênero Luta anti-estados militarizados	CONFLITO Profissionalização, especialização, onguização fora do Estado Lutas contra autoritarismo militar estatal	Neoliberalismo	Anti-colonialismo Antimilitarismo anti-neoliberalismo pós colonialismo
Conceitos-fronteira		Redes/Interseccionalidades/Campos transversalizados			
quarta feminismo e o pós-neoliberalismo/despatriarcalização estatal	Anos 2000	Campo crítico-emancipatório das diferenças	CONTESTAÇÃO Aproximação tensa e disputa e Institucionalização estatal = “feminismo estatal” MIMs e Planos Nacionais de PPs para Mulheres	Pós-neoliberalismo	Pós/Decolonialismo Descolonização + Decolonialismo despatriarcalização/desracialização/desheteronormatização

Fonte: Matos (2014, p. 12)

Apesar de concordarmos com as características que a autora apresenta, acreditamos que elas são contempladas pelo que apresentamos neste trabalho como os três pilares da quarta onda feminista, sendo eles as redes de comunicação digital; a interseccionalidade; e os novos modos de organização.

4.4 DADOS, RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para iniciarmos este capítulo, é necessário trazermos a definição apresentada por Prudêncio para as “micromobilizações” (SNOW *et. al*, 1986, *apud* PRUDÊNCIO, 2014, p. 88). Para a autora, no contexto de 2014, as mobilizações que ocorrem pelas mídias sociais digitais representam algo que “está menos relacionado a grandes causas de movimentos sociais e mais

a campanhas específicas, cujas marcas são as *hashtags* e o compartilhamento de conteúdo informativo para mobilizar quadros de atores coletivos e individuais.” Isso se dá por meio das mídias sociais digitais, fóruns e bate-papos, que se constituem também como espaço também para quem só quer acompanhar. A partir do conceito de Snow, portanto, não há prejuízos em aplicá-lo também ao contexto atual, “abrangendo as formas de ativismo digital cujo repertório se constrói como campanhas específicas dentro de ações mais amplas de movimentos sociais e/ou outros atores coletivos, com a finalidade de produzir decisão política num curto prazo”. (PRUDENCIO, 2014, p. 93)

Assim, partimos para a análise dos dados situando a micromobilização como um campo dentro do pilar da comunicação digital, mantendo seu caráter inserido na quarta onda feminista. Ao olharmos para as mobilizações frequentes que vêm ocorrendo no século 21, podemos considerar alguns critérios para afirmar que a micromobilização da *hashtag* #EleNao pode ser considerada como o grande marco inaugural deste recorte do feminismo brasileiro. Percebo que a principal diferença entre esta e as manifestações anteriores que se têm atribuído à quarta onda é a solidez e a capacidade de reorganização e resistência. Mais de dois anos após o momento crucial para o qual o movimento se organizou, as mulheres permanecem debatendo política, classe, gênero, sexualidade, violência; se organizando, se apoiando; discutindo, eventualmente brigando também, mas principalmente seguem ativas e buscando por ainda mais espaço. Assim, também é esta a articulação que se torna o símbolo mais resistente de credulidade em uma revolução pelos direitos das mulheres. A partir da percepção de Jenkins (2009), de que essa nova perspectiva sobre a cultura política e popular traduz um jogo de forças entre dois modos de mídia: um de propagação, comercial, e outro alternativo, com audiência de nicho, entendemos que a micromobilização de mulheres no #EleNao se constituiu a partir do primeiro modo carregando discursos pertinentes ao segundo, efetivando o que o autor apresenta enquanto a força convergente das mídias sociais digitais.

Na proposta de coleta de tweets, consideramos: até/as primeiras 250 postagens *Mais recentes* e 250 postagens *Principais* publicadas sob a *hashtag* #EleNao. No total, a pesquisa de campo retornou 1.021 postagens, o que representa 68% do recorte proposto. Concordando com este número, demos sequência ao trabalho de coleta e tabulação dos dados. Olharemos para cada uma das categorias ao longo das três datas trabalhadas e, ao final, faremos uma análise sobre o todo a partir da composição entre essas três esferas e contextos de olhar, conforme Tabela 02.

Tabela 02 - Síntese dos dados quantitativos

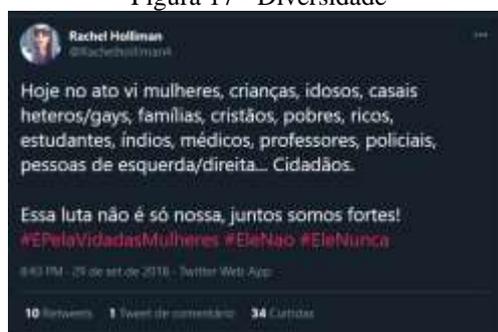
Dados quantitativos														Totais %
Tweets	Principais		Recentes		Principais		Recentes		Principais		Recentes			
Volume	97		235		97		250		92		250			
Total	332				347				342					
Datas		29/09				07/10				28/10				
		Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Perfil	Comum	76	78,4	227	96,6	86	88,7	249	99,6	85	92,4	250	100	92,6
	Verificado	21	21,6	5	2,1	11	11,3	1	0,4	7	7,6	0	0	7,2
	Bot	0	0	3	1,3	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2
Ator	Ativista	45	46,4	49	20,9	33	34	2	0,8	10	10,9	26	10,4	20,6
	Apoiador	28	28,9	126	53,6	57	58,8	212	84,8	66	71,7	152	60,8	59,8
	Espectador	2	2,1	20	8,5	6	6,2	25	10	7	7,6	34	13,6	8
	Repressor	2	2,1	16	6,8	0	0	10	4,0	9	9,8	32	12,8	5,9
	Divulgador	18	18,6	24	10,2	1	1	1	0,4	0	0	6	2,4	5,4
Conteúdo	Fotos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Expressão artística	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	vídeos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Textos	20	20,6	161	68,5	79	81,4	229	91,6	68	73,9	218	87,2	70,5
	Texto+artes	4	4,1	0	0	7	7,2	4	1,6	13	14,1	16	6,4	5,6
	Textos+fotos	60	61,9	54	23	7	7,2	15	6	8	8,7	10	4	18,5
	Texto+vídeo	12	12,4	20	8,5	4	4,1	2	0,8	3	3,3	6	2,4	5,2
	Hashtag	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tipo de post	Tweet único	85	87,6	200	85,1	90	92,8	219	87,6	77	83,7	200	80	86,1
	Resposta a outro usuário	3	3,1	26	11,1	4	4,1	25	10,0	4	4,3	26	10,4	7,2
	Threads/sequências	8	8,2	9	3,8	3	3,1	6	2,4	11	12,0	9	3,6	5,5
	Spam	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Posicionamento	Favorável	78	80,4	178	75,7	90	92,8	214	85,6	79	85,9	190	76,0	82,7
	Contrário	3	3,1	17	7,2	1	1,0	11	4,4	8	8,7	31	12,4	6,1
	Neutro	14	14,4	40	17	6	6,2	25	10,0	5	5,4	29	11,6	10,8
Dispositivo	Desktop	28	28,9	94	40	17	17,5	76	30,4	17	18,5	46	18,4	25,6
	Mobile	69	71,1	141	60	80	82,5	174	69,6	75	81,5	204	81,6	74,4

Fonte: elaborado pela autora (2021)

Na data de 29 de setembro as mulheres saíram às ruas. Também foi neste dia em que houve o maior número de postagens excluídas, principalmente por não estarem diretamente relacionadas à manifestação. Muitos trocadilhos foram criados e o público jovem se apropriou disso para gerar inúmeros memes. Assim, 32,5% dos dados correspondem a este dia, o que resultou em menor número de tweets. Em relação à esfera do *Público* nas nossas categorias de análises, 87,5% dos perfis ativos neste dia não são verificados, são perfis comuns. Além disso, mais de 74% das postagens foram favoráveis ou em apoio à manifestação das mulheres. No universo das publicações do 29 de setembro, nossa análise capturou três bots que não obtiveram nenhum engajamento com seus posts, tanto que sequer apareceram nos tweets *Principais*.

Dentro dos objetivos desta pesquisa, pode-se dizer que os conteúdos de 29 de setembro dizem muito sobre o olhar para esta emergência feminista que temos vivenciado. São inúmeros os posts enaltecendo a organização de mulheres, representantes de diversos partidos políticos se alinhando contra outro candidato, bem como a pluralidade de grupos sociais considerados minoritários unidos pelo mesmo objetivo, além da diversidade socioeconômico-cultural de pessoas.

Figura 17 - Diversidade



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

O dia, assim como a timeline da pesquisa, foram inundados de vozes, estilos e cores. Nos conteúdos *Principais*, a maioria das postagens melhor ranqueadas pelos algoritmos de relevância do Twitter foram fotografias de pessoas, principalmente nas manifestações. Exibindo suas roupas, brilho, cartazes, adesivos e camisetas. Fazendo selfies, fotografando e filmando as manifestações em tempo real.

Figuras 18 e 19 - Pessoas nas manifestações



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Castells, em *Redes de Indignação e Esperança*, cita o que leva as pessoas a agirem assim: é o apoio mútuo, a dor compartilhada, que faz as pessoas chegarem a um ápice de indignação que alavanca sua coragem. O êxtase e a adrenalina de se ver capaz e realizando essas manifestações liberam uma potencial dose de endorfina no organismo. Basicamente: quando as pessoas se organizam a partir de sua indignação, isso as faz felizes. E essa felicidade, o orgulho de uma manifestação diversificada e pacífica em todo o país, que mobilizou mais de 300 cidades em todas as regiões, foi constantemente reforçada, tanto nos conteúdos em destaque quanto nos mais recentes: 55% dos posts desse dia foram acompanhados por fotografias, vídeos ou produções artísticas digitais, como o emblemático “Ele Não” com fundo preto e base colorida que se tornou uma das imagens mais representativas da mobilização.

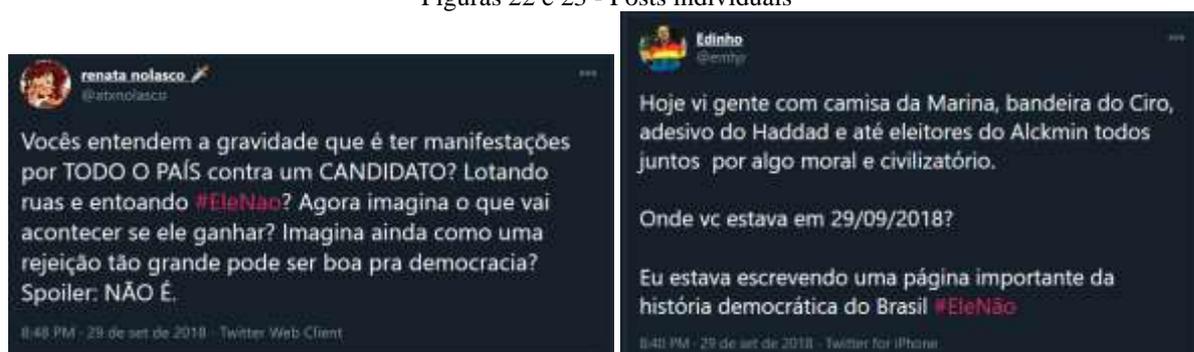
Figuras 20 e 21 - Arte do Ele Não; Post da cantora britânica Rita Ora com a arte



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Também foi o segundo dia em que os usuários preferiram postar mais Tweets individuais do que interagir com outras pessoas ou elaborar conteúdos maiores em Sequências. O sentimento predominante das postagens neste dia emergiu como orgulho, felicidade e esperança. Mais de 34% das pessoas que contribuíram com os dados desta coleta seguiram publicando de suas residências, após os atos nas ruas. No entanto, os dispositivos móveis foram a ferramenta preferida para participar da micromobilização.

Figuras 22 e 23 - Posts individuais



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

As pessoas aguardavam para ver a repercussão de seus atos nas ruas naquela noite. Aconteceu que a imprensa clássica não deu a atenção merecida às mobilizações, dadas as proporções que tomaram. Esse também foi um assunto muito recorrente e que suscita um ponto para um debate que pretendo trazer em outra oportunidade, sobre a relação da mídia clássica e os novos modelos. A situação apresentada diz muito sobre isso: as mobilizações ocorridas por meio digital ainda precisam da imprensa clássica para se propagar e fortalecer, mas a recíproca não é verdadeira. Porém, isso não é razão suficiente para que as pessoas deixem de questionar as decisões dos grandes conglomerados.

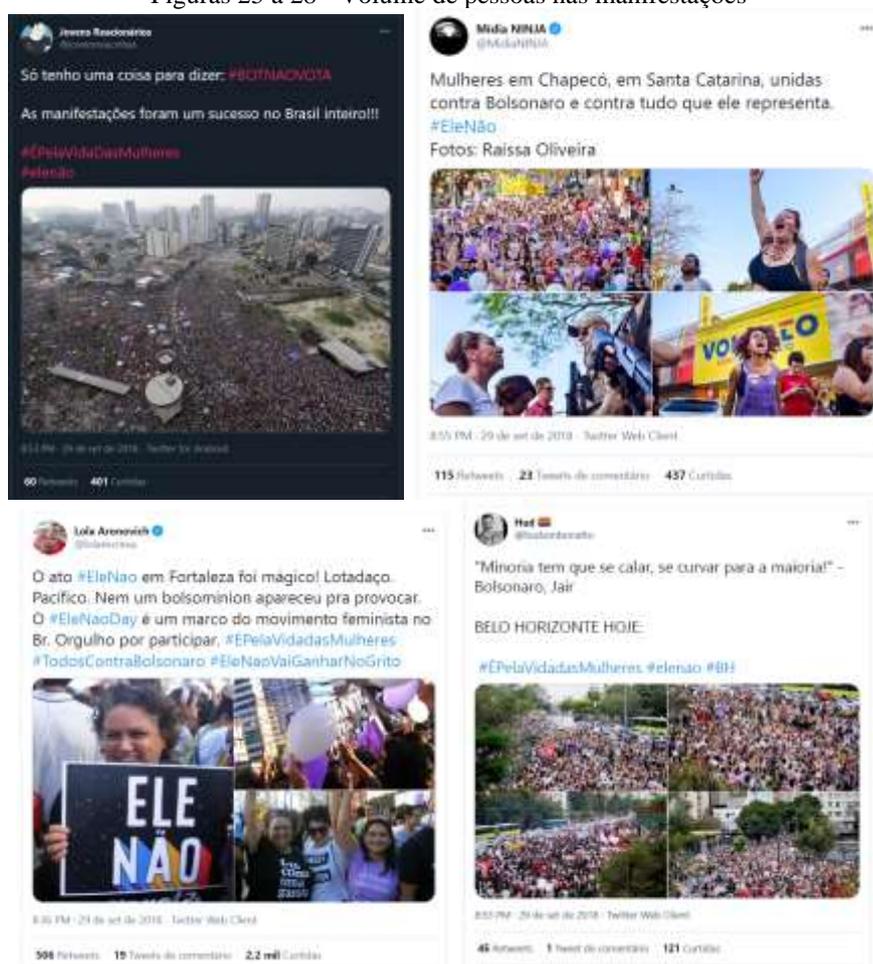
Figura 24 - Cobrança sobre coberturas midiáticas



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

A hashtag #elenao aglutinou outras tantas hashtags que passaram a acompanhar os tweets, gerando outras micromobilizações dentro desta articulação, como por exemplo as tags #americatatinavaisertodafeminista, #BolsonaroNão; #EleNunca; #HaddadPresidente13; #HaddadEManu; #HaddadÉLula; #VotePorLulaVote13; #ViraViraCIR0; #manunojaburu; #mulherescontrabolsonaro; #épelavidadasmulheres; #elenaoday; #elejamais; #democraciasim; entre várias outras.

Figuras 25 a 28 - Volume de pessoas nas manifestações



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

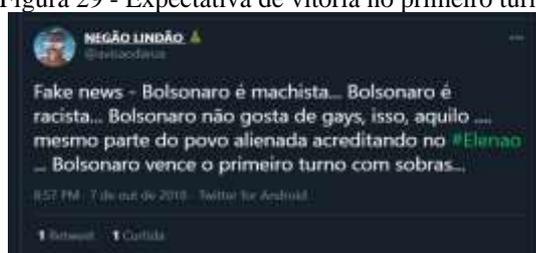
Em síntese, podemos dizer que a manifestação online no dia 29 de setembro veio para reforçar a presença nas ruas, as pessoas engajadas e o orgulho que sentiram de si mesmas e também do resultado desta proposta interseccional, interpartidária e diversa em seus amplos aspectos realizada, concretizada. A promessa foi de que a movimentação teria sequência, pois as imagens enaltecendo o grande número de pessoas se manifestando em todo o país tomaram

conta das timelines e das coberturas da imprensa independente e dos milhares agentes de autocomunicação de massa, narrando os acontecimentos inclusive em tempo real.

As coletas do dia 07 de outubro foram mais proveitosas: 100% dos dados coletados no período de tweets *Mais recentes* fizeram parte da análise, fazendo com que esta data representasse 34% do volume total de dados analisados - o dia com maior percentual em contribuição. Esta é a data em que os indivíduos mais se manifestaram em seus perfis comuns por meio de postagens individuais, o que corresponde a mais de 94% dos perfis ativos. Outra diferença em relação às publicações do dia 29 de setembro são em relação ao conteúdo: 86,5% foram apenas publicações em textos.

O humor do dia 07 de outubro, quando aconteceu o primeiro turno das eleições, era sóbrio e sério, por vezes até meio desesperador antes dos resultados. Havia a possibilidade de Jair Bolsonaro se eleger ainda no primeiro turno, enquanto por outro lado a oposição dividia seus apoios entre Ciro Gomes e Fernando Haddad. Os eleitores do primeiro defendiam um “caminho do meio”; já os do último não acreditavam nas chances do adversário vencer.

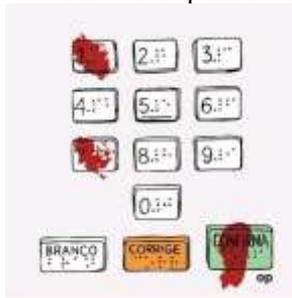
Figura 29 - Expectativa de vitória no primeiro turno



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

O diálogo mudou de tom. Começou a se falar sobre violência contra as minorias devido às diversas ocorrências que estavam sendo registradas, cujos autores identificados apoiavam, em sua maioria, o então candidato do PSL. As artes digitais seguiram o mesmo caminho e trouxeram manchas de sangue sobre suas mensagens:

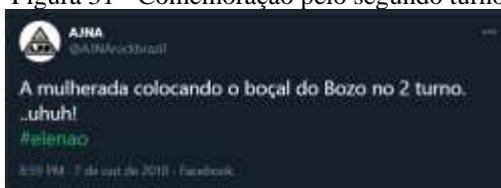
Figura 30 - Arte sobre período violento



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

A média de atores categorizados como ativistas caiu pela metade em relação ao dia 29, assim como o número de neutros aumentou 30% - os perfis repressores tiveram queda insignificante. Ainda assim, 89% das manifestações mapeadas foram favoráveis e o mobile foi ainda mais ativo. Será que é possível considerar publicações acontecendo simultaneamente às apurações dos votos? Essa virada no cunho das postagens se deu principalmente em função da conquista do segundo turno. Para a mobilização, valia a segunda chance de organização para derrotar Bolsonaro, a luta não estava acabada.

Figura 31 - Comemoração pelo segundo turno



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Outras questões começaram a vir à tona a partir do resultado que colocou Jair Bolsonaro e Fernando Haddad no segundo turno.

Figuras 32 e 33 - Questionamentos para segundo turno



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Quando as apurações por região mostraram que Haddad havia vencido em quase todos os estados daquela região, as publicações de orgulho se tornaram destaque, mesmo ocorrendo à noite e contando com publicações que já estavam recebendo engajamento ao longo do dia.

Figuras 34 a 38 - Enaltecendo o Nordeste

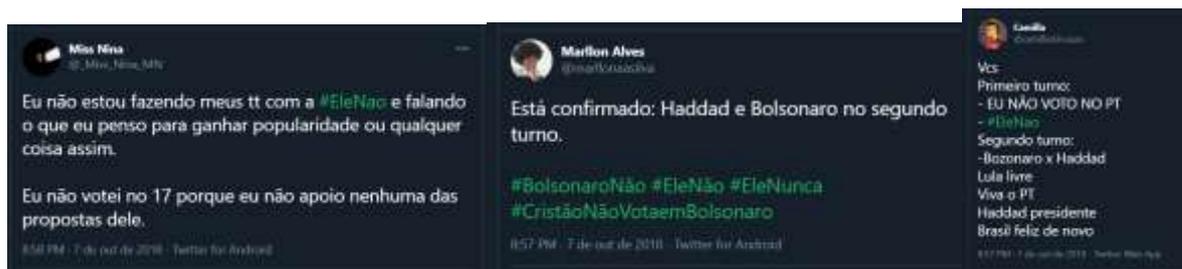


Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

A mistura de sentimentos percorreu, também, a rolagem do mouse na timeline ao longo do dia: ansiedade e preocupação com uma vitória bolsonarista, expectativa pelas apurações, desesperança quando as urnas mostraram Jair Bolsonaro com 49% dos votos, otimismo com a redução da diferença e com a ida de Haddad para o segundo turno, gratidão pela campanha de Ciro. Mas, principalmente, vieram muitas propostas de reorganização, caracterizando a hashtag como uma organização para mobilização mesmo. As mulheres estavam contando umas com as outras e recebendo quem mais quisesse somar, tudo por meio de redes virtuais de comunicação.

Figuras 39 a 47 - Reorganização e rearticulação





Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Outra discussão que se configura em oportunidade de aprofundamento desta pesquisa diz respeito a um tweet que dizia “Obrigado pelo protesto do ele não KKKKKKKKKKKKKKKKKKKKK”, sugerindo que a manifestação das mulheres possa ter impulsionado a porcentagem de votos de Jair Bolsonaro. Isso se entende a partir do acordo memético que se configura em linguagem entre usuários de redes sociais digitais; no caso, a sequência de letras k corresponde a uma risada longa e sarcástica/debochada.

Além disso, o descontentamento com as opções de voto para o segundo turno foi uma pauta bastante frequente, mas geralmente acompanhada de um posicionamento reforçando a rejeição a Bolsonaro. Frases como “Acho triste ter que escolher entre esses dois mas #EleNão” (0710101R) e “vou de haddad, queria ciro, maaaaass, #elenao” (071014R) apareceram em uma boa parte dos conteúdos, contrapondo a mobilização dos mais entusiasmados com a reorganização do que com o descrédito na política nacional.

Se o clima já esteve pessimista no dia 07 de outubro, quando chegou o dia 28, data do segundo turno, nem os livros que acompanharam os eleitores conseguiram reverter o sentimento de medo, insegurança e, segundo a própria timeline, “luto” com o resultado das eleições; Jair Bolsonaro elegeu-se com 46,03% dos votos válidos e quase 9% dos votos foram brancos ou nulos. Entre os conteúdos que se destacaram como principais, a articulação de um grêmio estudantil para ir de preto à escola em sinal de luto.

Figuras 48 e 49 - Luto após resultado



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Diversos grupos, atores sociais e ativistas convocaram as pessoas a fazerem o mesmo gesto e vestirem preto. Assim, começou a se constituir, novamente, uma rede de apoio mútuo e reorganização. Para rebater o encolhimento causado pela vitória de Jair Bolsonaro nas eleições, as mulheres se uniram novamente. Do #EleNao o lema passou a ser #NinguémSoltaAMãoDeNinguém. As pessoas passaram a replicar a frase “Se fere nossa existência, seremos resistência!” e reatar os nós fragilizados dessa rede.

Figuras 50 a 53 - Nova movimentação



Fonte: Twitter, capturado pela autora (2021)

Mais de 96% dos perfis mapeados eram de contas comuns, não verificadas, manifestando seu posicionamento. Mesmo sendo a data de coleta em que foi possível verificar maior número de usuários contrários à articulação em torno do #elenao, os números chegaram a pouco mais de 10% de representatividade. O número de neutros voltou a crescer, mas ainda assim a pauta principal da hashtag se manteve a articulação das mulheres e, muito fortemente, um posicionamento de resistência e de luta. Os ativistas e apoiadores chegaram a 77% da amostra desta data e o uso de aparelhos móveis predominou completamente, com a maior porcentagem desde o início da campanha, com 81,6% das publicações.

Este também foi o período em que as expressões artísticas se apresentaram com muito mais ênfase, representando 10% do público. Interessante pensar que, apesar da derrota, o público derrotado respondeu com mais arte. Reforçando o caráter de união e engajamento, os dados quantitativos nos mostram que esta foi a data em que mais ocorreram trocas de mensagens entre os usuários e também uma produção muito maior de conteúdos em formato de sequência

(thread). Ou seja, ao final da manifestação, em vez de se recolherem, os ativistas do #elenao se repositionaram e mantiveram firme sua perspectiva.

Se pudéssemos sintetizar o movimento de mulheres ocorrido na direção do #elenao a partir das categorias que elencamos, podemos afirmar que é uma mobilização originada por pessoas comuns (92,6%) e móveis (74,4%), forte o suficiente para impactar um país inteiro e catalisar a manifestação de mulheres plurais em aspectos socioeconômico-políticos, como renda, classe, etnia, profissão, escolaridade, orientação sexual, gênero etc.

Apesar de ser um movimento composto por poucos ativistas (20,6%), conquista muitos apoiadores (59,8%) e espectadores (8%) mesmo com poucos divulgadores (5,4%); ou seja, se confirma sua capacidade de espalhamento pelas veias da comunicação digital. Essa troca entre agente-mundo-agente foi 100% realizada por textos. Não são mais imagens que falam pelas pessoas, as pessoas se calçam nas imagens (artes, fotos, vídeos) para registrar e argumentar seus posicionamentos. O fato de 86,1% dos posts serem a partir de tweets únicos revela duas principais situações: a primeira é de que as pessoas querem ser ouvidas, pois estão falando, twittando; a segunda é que a autocomunicação de massa supre a fragilidade no número de divulgadores que multiplicam a organização a partir da constituição de seu próprio repertório.

Para McAdam e Tarrow (2009, p. 18), toda ação coletiva é marcada pelo confronto político (*contentious politics*). “O confronto político ocorre quando pessoas comuns, sempre aliadas a cidadãos mais influentes, juntam forças para fazer frente às elites, autoridades e opositores.” (*apud* PRUDENCIO, 2014, p. 90-91). A autora traz este conceito para elucidar sobre como se forma este confronto. Na verdade, são rotinas aprendidas como reação a determinadas situações que se constituem como as opções de ação, seus repertórios. Assim, partes destes repertórios vão se convertendo em “componentes da política convencional: a greve se converte em instituição de barganha coletiva, a demonstração passa a ser regulada por leis que a distinguem de atos criminosos, ocupações de edifícios deixam de ser tratadas como casos de delinquência.” Para Prudencio, a partir disso “podemos entender as apropriações do repertório de confronto como um elemento performático das ações coletivas e, na medida em que o repertório de confronto é absorvido pelos atores, ele se torna institucionalizado”. (PRUDENCIO, 2014, p. 90-91). Aos poucos, novos repertórios passam a fazer parte das articulações em confrontos políticos. A utilização das hashtags para se manifestar pode ser considerada uma delas, visto que as hashtags mencionadas nesta pesquisa se articularam para movimentações político-estatais, a ponto de interferirem em leis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A possibilidade singular de desenvolver uma investigação como essa inserida em um programa *Stricto sensu* de uma universidade federal reforça minha convicção de que os espaços de educação são os forjadores de seres humanos cada vez mais capazes de catalisar as transformações sociais necessárias para que esse acesso, do qual usufruo com privilégio - em 2018, pouco mais de 131 mil pessoas estavam matriculadas em curso de Mestrado no Brasil, apenas 0,000063% da população⁵⁰ -, seja cada vez mais comum e dissemine a importante capacidade transformadora do conhecimento para diversos outros espaços, comunidades e regiões.

O fato de a internet estar reconfigurando praticamente todos os modelos de interação com o mundo até então estabelecidos enquanto sociedade não pode mais ser analisado de forma pontual ou isolada. Já superamos a época de tratá-la como um universo à parte; a contemporaneidade nos dá todos os dias amostras de que o mundo *online* não se separa do *offline* e que essa é uma perspectiva completamente ultrapassada. A internet não pode mais ser considerada como um lugar, um espaço isolado; ela é um mediador - por onde, muitas vezes, se toma o ponto de partida para a realização de inúmeros atos. Além disso, as formas de comprar, vender, comunicar, iniciar e terminar relacionamentos, formar opinião e se informar, por exemplo, estão constantemente se alterando e se adaptando às modificações causadas pela, para e com a internet. Além de tudo que já impacta nosso cotidiano sem que percebamos, novas vias de mudança social, mediante a capacidade autônoma de estabelecer comunicação, se organizar e se integrar a organizações já constituídas têm sido descobertas por uma nova geração de ativistas.

Apesar de a ressaca de protestos ter tomado conta do povo brasileiro nos anos mais recentes, as mulheres não parecem sequer que tenham se embriagado. Talvez seja porque a mulher já nasce lutando, talvez porque a esperança de que 2013 fosse o grande gatilho que faltava para as mudanças se efetivarem e acabou não trazendo os resultados esperados - o que, diga-se de passagem, as mulheres aprenderam muito bem como contornar. Não se sabe a razão ao certo, o fato é que existe este novo momento na articulação de mulheres em torno de uma causa coletiva, que colocou de volta ao debate público comum questões silenciadas durante

⁵⁰ Disponível em <https://geocapes.capes.gov.br/geocapes/#>. Acesso em 13 set. 2019. A população no Brasil, em 2017, era estimada em 209 milhões de pessoas.

muito tempo, como a sexualidade, direitos reprodutivos, legalização do aborto, violência doméstica, gênero, entre outras pautas já citadas ao longo do trabalho.

Sustentada pelas construções analíticas emergidas a partir da Teoria Fundamentada, bem como a submersão no mundo das *hashtags*, foi possível estabelecermos a perspectiva de compreensão a rigor científico da articulação feminista, portanto feminina, contra Bolsonaro. No que tange às características que tratamos como eixos fundamentais da quarta onda, quais sejam, a comunicação digital, a interseccionalidade e os novos modos de organização, essa micromobilização compreende todas elas com o fator catalisador de ter sua origem e seu objetivo umbilicalmente vinculados à identidade - e necessidade de luta - nacional.

Por essa razão principal, apesar de Cazarré (2016, n.p) estipular a primeira marcha das vadias realizada no Brasil, em 2011, como o marco do início da Quarta Onda Feminista no Brasil e Mesquita (2013, n.p) defender que essa nova movimentação tivera início nas Jornadas de Junho de 2013 e a luta pelo passe-livre, somente em 2018 é possível ver, na prática e nas ruas, a articulação à luta majoritariamente feminista brasileira que conseguiu extrapolar o que tenho chamado de “estatutos das minorias” (modo sarcástico de criticar a postura de movimentos que têm pregado a inclusão e ainda permanecem trocando apenas entre os pares, de maneira inacessível, nada didática e fechada em sua bolha). Não menos importantes que as manifestações de setembro de 2018, essas outras ações nas ruas gestaram o movimento e pluralizaram sua essência, construindo as configurações políticas e sociais que canalizaram o debate e a ação amplamente aderida nas ruas do Brasil.

Avaliamos que a imprensa independente tem contribuído para a pluralização das pautas e das abordagens acerca de assuntos que antes sequer teriam visibilidade. O mesmo acontece com veículos de outras raízes, como o próprio El País, majoritariamente utilizado ao longo deste trabalho em função dos diversos tipos de veiculação (entrevistas, reportagens, colunas etc.). Cito, novamente, a oportunidade de aprofundamento desta pesquisa ao ter um olhar direcionado para as relações entre mídia, mídias sociais digitais e ativismo digital. Outros objetivos futuros (e oportunidades de aprofundamento) desta pesquisa são utilizar a análise multimodal (ENTMAN, 1993) em relação às produções jornalísticas utilizadas nesta dissertação bem como aplicar essa perspectiva metodológica ao mesmo recorte realizado pela TF, a fim de realizar um cruzamento com o que foi apresentado pelo Twitter nesta pesquisa, além de seguir acompanhando a organização em torno da *hashtag* #elenao e seus desmembramentos, tendo em vista que a onda conservadora se apresenta muito forte e os modos de organizar, tanto para o público mais alinhado a esse neoconservadorismo quanto ao que chamamos de resistência, têm se mostrado muito semelhantes.

Gostaria que este trabalho tivesse aprofundado ainda mais a campanha presidencial do pleito abordado a partir de todas as suas oportunidades políticas, tanto para movimentos de mulheres quanto para os movimentos conservadores, mas ainda assim cujo protagonismo permaneceu com elas. Apesar de julgar que o trabalho está coerente e que sua trajetória, mesmo diferente das propostas tradicionais, levar o leitor a pensar e repensar, comigo, a sucessão dos fatos e os argumentos apresentados, o tempo de pesquisa disponível quando se concilia um trabalho em tempo integral e outro curso se torna bastante limitado, nos direcionando a argumentar o suficiente para abrir caminhos e desenvolver a pesquisa em outras instâncias, como em um doutorado, por exemplo.

Outra temática que deixa abertas as oportunidades de avanços deste tema são as *fake news* enquanto uma das engrenagens principais da relação entre as mídias utilizadas durante as eleições. Ficaram, para mim, abertas as questões sobre como opera a lógica por trás das elaborações, distorções e reconstruções de realidades que se articula e se multiplica, desacreditando instituições até então solidificadas, como as representantes da ciência positivista e a própria imprensa e comunicadores. Tornam-se referências pessoas/sujeitos que atuam nessa distorção de conteúdos que favorecem uma determinada perspectiva e encerra-se o espaço para o debate coerente, bem argumentado e produtivo – e saudável –, do qual os participantes saem com um aprendizado sobre o lado do outro e podem ressignificar seu olhar social, mesmo mantendo a discordância. A internet, além de suas inúmeras contribuições, também trouxe o ônus de tornar o ciberespaço público, eventualmente, um espaço de disputa pela razão, ao extremo.

É necessário refletirmos e dialogarmos se as mudanças que têm se constituído, como as novas direitas, novas configurações de comunicação e interação, globalização, tecnologias, novos modos de se organizar etc., são realmente mudanças dentro de suas microespecificidades ou se não estão inseridas em uma mudança muito mais profunda e estrutural, visto que têm ocorrido simultaneamente. Temos atribuído ao crescente e acelerado avanço da tecnologia, mas será que não estamos olhando para o intermediário em vez do causador? Ou, para citar um dito popular, tratando o sintoma em vez da causa? Para mim, parece mais uma consequência programada e estruturada pelos detentores do capital para manter as amarras da sociedade no estado atual. É apenas uma covardia privar determinada parcela da população do acesso ao conhecimento em uma sistemática organização direcionada à exploração dessa mão de obra. O vício em consumir (informação, bens materiais, posicionamentos, modas, vocabulários) é gerido pelos smartphones por meio de ferramentas que estão alterando a percepção das pessoas em um longo prazo. Refletir sobre isso me lembra do filme *Wall-e*, da Pixar, em que a

humanidade precisou abandonar o planeta terra pela atmosfera ter se tornado inabitável. As pessoas, então, passam a viver em uma nave e ficam absortas em microtelas projetadas à frente de seus olhos, intermediando toda sua vida, das refeições às relações.

Figura 54 - Wall-e



Fonte: Disney (2008)

As novas formas de organizar e de participar (ou incluir) das mobilizações estão atreladas à necessidade mais fundamental do ser humano: a de pertencer. Somos sujeitos sociais e é natural que buscaremos, ao longo de nossa experiência de vida, nos incluir em diferentes grupos. Assim, conforme os tipos de grupo vão se tornando mais populares, também têm cada vez mais pessoas passando a integrar grupos. Por isso, também, que as ferramentas e suas estratégias de uso serão utilizadas por todos eles, com seus determinados objetivos e modos de comunicar. Além disso, como não detemos poder de escolha sobre aquilo que consumimos na internet e os programadores atuam para que fiquemos cada vez mais conectados à tela, a tendência é nosso comportamento cada vez mais se aproximar da distopia da Disney.

Enquanto mulher e pesquisadora em formação, participar da construção desta dissertação, além de um privilégio, considero extremamente fortalecedor. Entender as lutas que emergem do pessoal, muitas vezes tornando-nos aprisionadas em nossas próprias condições, se tornando coletivas e públicas por meio dessas manifestações e organizações online e, finalmente, culminando com ações políticas, como a descriminalização do aborto na Argentina, por exemplo, me faz crer que a revolução realmente será feminista. O que espero, a partir disso, é que as perspectivas decoloniais se sobressaiam nessas organizações e ações, pois somente seremos livres quando todas nós formos, independentemente de classe, raça, sexo biológico. A luta pelas mulheres, apesar de estar se fortalecendo, ainda está em um processo de maturação e desconstrução de reproduções patriarcais, colonizadoras e racistas. Nós, no espaço privilegiado da academia, temos de buscar a melhor maneira de ocupar nosso lugar de fala e trabalhar para abrir caminho às vozes das demais mulheres. O cuidado e vigilância que todas nós devemos

manter é para que o feminismo, nas hashtags, nas mídias sociais e nas nossas trocas cotidianas, não se torne um produto apenas com efeito comercial. Queremos um feminismo ativo, de movimento, não somente um feminismo conceitual ou “de estatuto”; não queremos ser crucificadas pelas nossas reproduções, apenas convidadas a entender as consequências disso para que possamos, sem nos sentirmos rejeitadas e excluídas, avançarmos nas nossas desconstruções. Centenas de anos de reproduções colonizadoras e patriarcais não podem ser derrubados de um dia para o outro. Paciência e acolhimento são necessários.

As vozes que se uniram para bradar “Ele não!” não estavam interessadas no candidato que disputaria o segundo turno com Jair Bolsonaro. Inumeráveis vezes foram xingadas, humilhadas, diminuídas e ridicularizadas pelos discursos do então candidato e deram a resposta que o ódio precisa: não! E foi a partir da atitude de mulheres organizadas que a resistência se mantém firme. Hoje, quando dizem, ou melhor, dissemos “ele não” isso já não se refere mais a uma pessoa. “Ele”, para nós, mulheres, é este sistema cotidianamente opressor que nos exige a mais significativa capacidade de resiliência e força para encarar a dureza e a maldade da vida e todos os obstáculos que foram colocados em nossos caminhos, nos reduzindo a meras representações da ideia que tiveram de nós. Avançamos, é verdade. Mas ainda trabalhamos o dobro para ganhar a metade: do salário, do reconhecimento, das oportunidades (quando temos sorte). Vivemos o dobro para servir a metade: no casamento, na maternidade, na família. Somos a maioria e vivemos com medo. Ainda somos mortas pelos filhos de outras de nós. E, no entanto, continuamos a resistir, estudar, governar, administrar, parir, chorar, liderar, ensinar, criar, limpar, cozinhar, beber, nos amparar, nos acolher, crescer. Continuamos a existir.

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA IBGE NOTÍCIAS. **PNAD Contínua TIC 2018**: Internet chega a 79,1% dos domicílios do país. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/27515-pnad-continua-tic-2018-internet-chega-a-79-1-dos-domicilios-do-pais>>. Acesso em: 29 jul. 2020.
- ALMEIDA, Silvio Luiz de. Neoconservadorismo e liberalismo. In: GALLEGOS, Esther Solano (Org.). **O ódio como política**: a reinvenção das direitas no Brasil. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 27-32
- AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; FRAGOSO, Suely. Métodos de Pesquisa para a internet. Porto Alegre: Sulina, 2011. 239 p. – (Coleção Cibercultura)
- ARANTES, P. E. Nova direita surgiu após junho, diz filósofo: depoimento. **Revista Folha de São Paulo**. Entrevista concedida a Eleanora de Lucena. 2014. Disponível em: . Acesso em: 25 abr. 2016.
- BARBOSA, Marialva. Jornalismo e História: um olhar e duas temporalidades. In: NEVES, Lúcia; MOREL, Marco (orgs.). **História e Imprensa: homenagem a Barbosa Lima Sobrinho – 100 anos**. Anais do Colóquio. Rio de Janeiro: UERJ/IFCH, 1997, p 87 (grifo do original).
- BARRAGÁN, Almudena. Cinco ‘fake news’ que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro. **El País Brasil**, São Paulo, 19 de outubro de 2018. Eleições Brasil 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html>. Acesso em: 15, agosto de 2020.
- BECKER, Fernanda. #EleNao: após tomar as redes, movimento liderado por mulheres contra Bolsonaro testa força nas ruas. **El País Brasil**, São Paulo, 30 de setembro de 2018. Política. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/26/politica/1537989018_413729.html>. Acesso em: 01 dez. 2018.
- BENITES, Afonso. A máquina de ‘fake news’ nos grupos a favor de Bolsonaro no WhatsApp. **El País Brasil**, Brasília, 22 de setembro de 2018. Política. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/17/politica/1537215816_674175.html>. Acesso em: 24 de outubro de 2020.
- BITTENCOURT, M. C. A. **Mediatização do ativismo e jornalismo digital**: o impacto dos filtros do Facebook nos processos de produção e circulação de conteúdos de coletivos midiáticos. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, São Paulo, v. 12, n. 22, p. 122-133, jan./2015. Disponível em: <http://revista.pubalaic.org/index.php/alaic/search>. Acesso em: 15 set. 2019.
- BOLSONARO, Jair. [Entrevista concedida a] Luciana Gimenez. Super Pop, RedeTV!, 15 de fevereiro de 2016, 5’28”. Disponível em: <<https://www.redeTV.uol.com.br/superpop/videos/ultimos-programas/bolsonaro-diz-que-nao-pagaria-a-mulheres-o-mesmo-salario-dos-homens>>.

BRASIL. Senado Federal. **Projeto de lei n° 2630**, de 2020, que Institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Disponível em:

<[https://legis.senado.leg.br/sdleg-](https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1600365763642&disposition=inline)

[getter/documento?dm=8110634&ts=1600365763642&disposition=inline](https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento?dm=8110634&ts=1600365763642&disposition=inline)> . Acesso em: 07 nov. 2020. Texto Original.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à internet**.

Tradução Maria Carmelita Pádua Dias. – 3. ed. – Rio de Janeiro: Zahar, 2016. Disponível em:

https://zahar.com.br/sites/default/files/arquivos/trecho_-_uma_historia_social_da_midia.pdf.

Acesso em 06 abr 2018.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão de identidade**. 6 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

CARAPANÃ. A nova direita e a normalização do nazismo e do fascismo. In: GALLEGO, Esther Solano (Org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 33-40

CASIMIRO, Flávio Henrique Calheiros. As classes dominantes e a nova direita no Brasil contemporâneo. In: GALLEGO, Esther Solano (Org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p. 41-52

CASTELLS, Manuel. **A era da Intercomunicação**. Disponível em:

<https://diplomatie.org.br/a-era-da-intercomunicacao/>. Acesso em 05 abr. 2018.

_____. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.

_____. **Conferencistas: Manuel Castells**. Disponível em:

<https://www.fronteiras.com/conferencistas/manuel-castells>. Acesso em 05 abr. 2018.

_____. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CETIC. **TIC Domicílios 2019**. Disponível em:

<https://www.cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf>. Acessado em 10 jul. 2020.

DATAFOLHA. 24% dos eleitores usam Whatsapp para compartilhar conteúdo eleitoral.

Instituto de Pesquisa Datafolha, Opinião Pública. São Paulo, out. de 2018. Disponível em:

<http://datafolha.folha.uol.com.br/opiniaopublica/2018/10/1983765-24-dos-eleitores-usam-whatsapp-para-compartilhar-conteudo-eleitoral.shtml>. Acesso no dia 20 de junho de 2020.

DATAFOLHA. **Eleições 2018**. Instituto Datafolha, Relatório, Uso de redes sociais. São Paulo, 2018. Disponível em:

<[http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/10/27/44cc2204230d2fd45e18b039ee8c07a6.p](http://media.folha.uol.com.br/datafolha/2018/10/27/44cc2204230d2fd45e18b039ee8c07a6.pdf)
df>. Acesso no dia 08 de novembro de 201120.

ELIAS, Norbert. **Escritos e ensaios**: 1. estado, processo, opinião pública. Organização e apresentação: Federico Neiburg e Leopoldo Waizbort. 1 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Código de ética dos jornalistas brasileiros**. Disponível em: http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em: 07 abr. 2018.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa**. Mulheres, corpo e acumulação primitiva. Trad. de Coletivo Sycorax, São Paulo: Elefante, 2017.

FELINTO, Erick. **Em busca do tempo perdido**. O sequestro da história na cibercultura e os desafios da teoria da mídia. Matrizes [en linea] 2011, 4 (Janeiro-junho). Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143018637003>. ISSN 1982-2073. Acesso em: 22 abr 2018.

FUCS, José. A ‘máquina’ barulhenta da direita na internet. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 26 de março de 2017. Política. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,a-maquina-barulhenta-da-direita-na-internet,70001714254>>. Acesso em: 06 out. 2019.

GALLEGO, Esther Solano (Org.). **O ódio como política**: a reinvenção das direitas no Brasil. São Paulo: Boitempo, 2018.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GOVERNO DO BRASIL. **Conheça as principais lutas e conquistas das mulheres**. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2017/03/conheca-as-principais-lutas-e-conquistas-das-mulheres><http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2017/03/conheca-as-principais-lutas-e-conquistas-das-mulheres>. Acesso em: 01 dez. 2018.

HOLLANDA, Heloísa Buarque de; BOGADO, Maria. **Rua**. In Explosão Feminista: arte, cultura e Universidade. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

IASI, Mauro Luís. Nosso guia na floresta de papel: o artífice da palavra clara. In: KONDER, Leandro. **Introdução ao fascismo**. Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977. p. 9-20

INSTITUTO UPDATE (BRASIL). **Eleitas**: Mulheres na Política. 1. ed. 2020. Disponível em <https://www.institutoupdate.org.br/>. Acesso em 19 nov. 2020

JAPIASSU, Hilton. São Paulo. **Fórum Interdisciplinar Educação e Interdisciplinaridade**: um convite ao diálogo. O sonho Transdisciplinar. Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL. VII 25 de abril de 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ZGQdSyO77t0>. Acessado em 13 out. 2018.

_____. **A Crise das Ciências Humanas**. 1 ed. São Paulo: Cortez, 2013.

_____. **Introdução às Ciências Humanas: análise de epistemologia histórica.** São Paulo: Letra & Letras, 1994.

_____. **Nascimento e Morte das Ciências Humanas.** 2 ed. Rio de Janeiro: F. Alves, 1982.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução: Susana L. de Alexandria. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 pp.

KAYSEL, A. Regressando ao Regresso: elementos para uma genealogia das direitas brasileiras. CRUZ, S. V; Kaysel, A; CODAS, G. (org.). **Direita, volver!:** o retorno da Direita e o ciclo político brasileiro. São Paulo: Edição Fundação Perseu Abramo, 2015. p. 49-74. Disponível em http://biblioteca.clacso.edu.ar/Brasil/fpa/20170906042027/pdf_1132.pdf. Acesso em 13 out. 2019.

KONDER, Leandro. **Introdução ao fascismo.** Rio de Janeiro: Edições do Graal, 1977.

LAZZARATO, Maurizio. **As Revoluções do Capitalismo.** Rio de Janeiro: Record, 2006.

LIPPMANN, Walter. **Opinião Pública.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LOBO, Denis Augusto Carneiro. **Bolhas de ódio:** o ódio como componente político nas dinâmicas interacionais societárias mediadas por tecnologias de comunicação instantânea (TCIs). São Paulo, 159p, mar/2018. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/21081>. Acesso em: 17 mai. 2019.

MAITINO, Martin Egon. “Direita, sem vergonha”: conformações no campo da direita no Brasil a partir do discurso de Jair Bolsonaro. **PLURAL: Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da USP, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 111-134, dez./2018.** Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/plural/article/download/149018/146178/>. Acesso em: 12 out. 2019.

MALINI, F.; ANTOUN, H. **A Internet e a Rua.** Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARTÍN-BARBERO, J. *Cultura y Nuevas Mediaciones Tecnológicas*; in **América Latina otras visiones desde la cultura.** Ciudadanías, Juventud, Convivencia, Migraciones, Pueblos Originarios, Mediaciones tecnológicas. Convenio Andres Bello: Colombia, 2005.

MATOS, Marlene. A Quarta onda feminista e o Campo crítico-emancipatório das diferenças no Brasil: entre a destradicionalização social e o neoconservadorismo político Popular. In: **Mesa-Redonda Teoria Feminista e a Teoria Política: encontros, convergências e desafios,** Minas Gerais, 2014. Encontro Anual da ANPOCS, 38: Minas Gerais. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/38-encontro-anual-da-anpocs/mr-1/mr20/9339-a-quarta-onda-feminista-e-o-campo-critico-emancipatorio-das-diferencas-no-brasil-entre-a-destradicionalizacao-social-e-o-neoconservadorismo-politico>. Acesso em 29 jun. 2019.

MCADAM, Doug; TARROW, Sidney. Movimentos Sociais e Eleições: por uma compreensão mais ampla do contexto político da contestação. **Sociologias,** Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 18-51, Dec. 2011. Disponível em

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1517-45222011000300003&lng=en&nrm=iso. Acesso em 2 jul. 2019.

MÉNDEZ, Natália Pietra. **Discursos e Práticas do Movimento feminista em Porto Alegre (1975-1982)**. 2004. Dissertação (Mestrado em Ppg História) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/10921>. Acesso em 22 jun. 2019.

MESQUITA, Paula Fabrícia Brandão Aguiar. Quando elas dizem #elenao: análise sobre os novos feminismos e coletivos juvenis on line. In: **Congresso Brasileiro de Sociologia**, 19, 2019, Florianópolis/SC. GT 33 - Juventudes, velhices e construções identitárias. Disponível em: http://www.sbs2019.sbsociologia.com.br/simposio/view?ID_SIMPOSIO=38. Acesso em: 12 ago 2020.

Métodos de pesquisa / [organizado por] Tatiana Engel Gerhardt e Denise Tolfo Silveira; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

MIGUEL, Luis Felipe. A reemergência da direita brasileira. In: GALLEGO, Esther Solano (Org.). **O ódio como política: a reinvenção das direitas no Brasil**. 1 ed. São Paulo: Boitempo, 2018. p 17-26

O DILEMA das redes. Direção de Jeff Orlowski. Estados Unidos: **Netflix**, 2020. (134 min.).

OLIVEIRA, Joana. Um milhão de mulheres contra Bolsonaro: a rejeição toma forma nas redes. **El País Brasil**, São Paulo, 12 de setembro de 2018. Eleições Brasil 2018. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/12/actualidad/1536768048_321164.html>. Acesso em: 15 de outubro de 2020.

OLIVEIRA, Rodrigo de Oliveira. **Garotas que jogam videogame: expressões de identidade e interações sobre cultura gamer no facebook**. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2014.

ONU. **Declaração das Nações Unidas sobre os Direitos dos Povos Indígenas**. UNIC/ Rio/ 023 - Mar. 2008. Disponível em: http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/DRIPS_pt.pdf. Acesso em 06 abr 2018.

PEREZ, Olívia; RICOLDI, Arlene. A quarta onda do feminismo?: Reflexões sobre movimentos feministas contemporâneos. In: **Encontro Anual da ANPOCS, 42: Anais**, Caxambu/MG, out./2018. Disponível em: <http://www.anpocs.com/index.php/encontros/papers/42-encontro-anual-da-anpocs/gt-31/gt08-27/11177-a-quarta-onda-do-feminismo-reflexoes-sobre-movimentos-feministas-contemporaneos?path=42-encontro-anual-da-anpocs/gt-31/gt08-27>. Acesso em: 13 set. 2019.

PRETTO, N. de L.; RICCIO, N. C. R. (2010). **A formação continuada de professores universitários e as tecnologias digitais**. Educar, Curitiba, n. 37, p. 153-169, maio/ago. Ed.UFPR

PRIMO, Alex. *Interações em rede*. Porto Alegre. Sulina, 2013.

PRUDÊNCIO, Kelly. Ativismo político on-line. In: **Encontro Anual da ANPOCS**, 29: Anais, Brasília, 2005. Disponível em: <https://www.anpocs.com/index.php/papers-29-encontro/gt-25/gt24-13/3849-kprudencio-ativismo/file>. Acesso em: 16 set. 2019.

_____. **Micromobilizações, alinhamento de quadros e comunicação política**. In: Revista Compolítica, n. 4, vol. 2, ed. ago-dez, ano 2014. Disponível em: <http://compolitica.org/revista/index.php/revista/article/view/69>. Acesso em: 16 jul. 2020.

REGATTIERI, Lorena Lucas. **Guerra de mundos**. A estratégia robótica no Twitter durante as eleições presidenciais de 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades). Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Territorialidades do Centro de Artes da Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2017.

RIZZOTTO, Carla Candida; PRUDÊNCIO, Kelly. Corpos sem cabeça, sujeitos sem razão: análise multimodal da marcha das vadias. **Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul – v. 16, n. 31, jan./jun. 2017, p. 157-178. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao>. Acesso em 01 jan 2020.

ROCHA, Fernanda De Brito Mota. **A quarta onda do movimento feminista**: o fenômeno do ativismo digital. Repositório Digital da Biblioteca da Unisinos, São Leopoldo/RS, 2017. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/unisinos/6728>. Acesso em: 12 jun. 2019.

SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA. **Relatório Final Pesquisa Brasileira de Mídia - PBM 2016**. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2016.pdf/view>. Acesso em: 13 set. 2019.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**: criatividade e generosidade no mundo conectado. Rio de Janeiro. Zahar, 2011.

SOUSA, Maíra Evangelista de; RACHIT, Brenda. Mobilizações pré-eleições presidenciais 2018 no Pará: grupos e eventos relacionados à #EleNao no Facebook. **Aturá**: Revista Pan-Amazônica de Comunicação, Palmas, v. 3, n. 1, p. 66-86, jan./2019. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/atura/article/view/6659/14919>. Acesso em: 2 jul. 2019.

TAVARES, Paulo Sergio Araujo. Acerca da Universidade na conjuntura pós-moderna: da hiperespecialização à consciência hermenêutica da ciência. **Revista Jurídica On-line**, [S.l.], v. 1, n. 3, jun. 2013. ISSN 1984-5405. Disponível em: <http://www.revista.unisal.br/lo/index.php/revdir/article/view/121>. Acesso em: 09 set. 2019.

TWITTER. **Central de Ajuda do Twitter**. Disponível em: <https://help.twitter.com/pt/>. Acesso em 30 nov. 2020.

APÊNDICES

Apêndice A - Planilha completa de dados

Data	Dia	Nº	Título Referênci a	Link para postagem	Curtidas	Retweets	Retweets + Coment	Perfil	Ator	Conteúdo	Tipo de post	Posiciona mento
29/09	1	1	290901P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046186776346480641	1000	390	47	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	2	290902P	https://twitter.com/MariMoon/status/1046182925417500672	469	94	4	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	3	290903P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046186814220972033	436	115	23	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	4	290904P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046185707566518277	273	71	3	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	5	290905P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046184312234803200	221	50	3	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	6	290906P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046183576386048005	854	252	29	Verificado	Divulgador	Texto+ví deo	Tweet único	Neuro
29/09	1	7	290907P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046187759130554370	172	27	4	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	8	290908P	https://twitter.com/MidiaNINJA/status/1046185119084695552	260	64	2	Verificado	Divulgador	Textos+f oto	Tweet único	Neuro
29/09	1	9	290909P	https://twitter.com/joaokaram/status/1046183467652972546	175	44	1	Comum	Apoiador	Textos+f oto	Tweet único	Favorá vel
29/09	1	10	290910P	https://twitter.com/pablovillaca/status/1046137709805342720	2300	336	17	Verificado	Divulgador	Texto	Tweet único	Neuro

Disponível em [Tweets - #EleNão - Dissertação.xlsx](#)