

# Internet e eleições no Brasil: o movimento das mulheres pela democracia

*Internet and Brazil's elections: The women's movement for democracy*

*Internet y elecciones en Brasil: El movimiento de las mujeres por la democracia*

**Tiago Mainieri**

Faculdade de Informação e Comunicação - FIC  
Universidade Federal de Goiás - UFG  
<tiagomainieri@gmail.com>

---

## Resumo

As eleições de 2018 no Brasil foram marcadas por polarizações e turbulências. Durante o período eleitoral houve um movimento em prol da democracia, de respeito às minorias (gays, indígenas, negros etc.), em defesa da igualdade, contrário à tortura e antifascista. Esse movimento emergiu na internet, em especial nas redes sociais, reunindo forças distintas da sociedade. Em pouco tempo alguns grupos no Facebook organizaram grandes manifestações, levando sua robustez para as ruas. O principal movimento congregou milhares de mulheres Brasil a fora que exprimiram sua indignação às declarações do então candidato e agora presidente Jair Bolsonaro. O artigo propõe analisar esse episódio com o intuito de entender as dinâmicas que permeiam as redes sociais na internet enquanto espaços de interlocução e intervenção do cidadão no debate de questões de interesse público na sociedade midiaticizada.

**Palavras-chave:** Net-ativismo. Eleições. Manifestações. MUCB. #EleNão.

---

## Abstract

The 2018 presidential elections in Brazil were marked by polarization and turbulence. During the electoral period there was a movement for democracy, respect for minorities (gays, indigenous, blacks, and others), in defense of equality, anti-torture and anti-fascist. This movement has emerged on the Internet, especially in social networks, bringing together forces distinct from society. In a short time, some groups on Facebook organized large protests, taking their sturdiness to the streets. The main movement gathered thousands of women from Brazil as they expressed their indignation at the statements of the candidate and now President Jair Bolsonaro. The article proposes to analyze this episode in order to understand the dynamics that permeate social networks on the Internet as spaces of dialogue and citizen intervention to improve the debate concerning public interest in mediatized society.

**Keywords:** Internet-activism. Elections. Movements. MUCB. #NotHim.

---

## Resumen

Las elecciones presidenciales de 2018 en Brasil fueron señaladas por polarizaciones y turbulencias. Durante el período electoral hubo un movimiento en favor de la democracia, de respeto a las minorías (gays, indígenas, negros etc.), en defensa de la igualdad, contrario a la tortura y antifascista. Este movimiento emergió en Internet, en especial en las redes sociales, reuniendo fuerzas distintas de la sociedad. En poco tiempo algunos grupos en Facebook organizaron grandes manifestaciones, llevando su robustez hacia las calles. El principal movimiento congregó a miles de mujeres brasileñas que expresaron su indignación a las declaraciones de Jair Bolsonaro. El artículo propone analizar ese episodio con el intento de entender las dinámicas que permean las redes sociales en Internet como espacios de interlocución e intervención del ciudadano en el debate de cuestiones de interés público en la sociedad mediatizada.

**Palabras-clave:** Net-activismo. Elecciones. Manifestaciones. MUCB. #EleNo

## Introdução

A internet tem se constituído num espaço de autonomia com o propósito de partilha de informações e sentimentos de indignação coletivos (CASTELLS, 2013). Desse modo, a rede é um ambiente profícuo para a prática do chamado net-ativismo. As redes sociais digitais imprimem novos contornos ao processo de comunicação, facilitando um espaço de interlocução e intervenção do cidadão no debate de questões de interesse público na sociedade midiaticizada (MAINIERI, 2016). Portanto, entender as dinâmicas que permeiam as redes sociais na internet torna-se fundamental na atualidade.

Na mesma direção, Thompson (1998) argumenta que novas formas de ação, interação e relacionamento são a verdadeira tônica dessa comunicação midiaticizada. Para o autor, não estamos apenas diante de novos meios de transmissão, mas diante de uma nova lógica comunicacional. Dentre as inquietações comuns aos pesquisadores desse tema está entender a internet como um espaço fértil para o ativismo. Neste artigo, pretende-se contribuir nessa discussão a partir da análise do Movimento das Mulheres Unidas com o Brasil (MUCB).

Desse modo, o artigo apresenta uma descrição detalhada dos processos em rede a partir da emergência do MUCB (à época de sua criação denominado Mulheres Unidas Contra Bolsonaro) e interfaces com o sistema jornalístico, com o propósito de contribuir para o entendimento das dinâmicas que se configuram na lógica das redes sociais digitais. Os dados descritos apresentam ainda uma espécie de cronologia de acontecimentos relacionados ao MUCB.

Portanto, a principal contribuição do estudo é trazer elementos para análise e

entendimento de movimentos como o MUCB surgidos na internet e que ganham corpo nas ruas, com a finalidade de evidenciar a lógica comunicacional por detrás das redes sociais.

## Net-ativismo – as possibilidades da ambiência digital

Massimo Di Felice (2012, p. 1) apresenta a noção de net-ativismo a partir de uma ecologia do ambiente digital, “[...] abrangendo desde a função social da mídia aos processos de transformações das práticas de participação política na sociedade contemporânea”. Para o autor, é preciso entender a emergência de novas formas de interação cujo *locus* se dá por meio das conexões possibilitadas pelas redes digitais. O autor destaca que na perspectiva do net-ativismo o ativismo surge, se organiza e atua por meio das redes digitais.

O ativismo em redes digitais considera as formas comunicativas potencializadas pelas tecnologias digitais. Desse modo, as ações sociais em ambientes digitais não apenas ampliam o alcance das referidas ações como também são um ambiente profícuo para o debate entre os interessados. Pela lógica de funcionamento das mídias sociais, os usuários amplificam o alcance de suas mensagens por meio da rede de contatos dos membros daquela rede, em especial pelo compartilhamento das mesmas. Além disso, as ferramentas que permitem comentar e expressar alguma reação às mensagens propiciam o debate entre os membros.

A dinâmica das ações sociais na rede pode assumir um caráter que se resume à ambiência da internet, como também podem extrapolar e constituir interações face

a face. Como exemplo, temos algumas manifestações ao redor do mundo que surgiram e se organizaram na internet e, posteriormente, tomaram forma nas ruas por meio de protestos e manifestações agendadas previamente nas redes sociais digitais. Castells (2013) destaca essa perspectiva enquanto um espaço híbrido, na medida em que o ativismo não está restrito à internet, conforme detalhamos a seguir.

Castells ressalta algumas características dessas ações sociais na rede, em especial ao observar os últimos movimentos ao redor do mundo, como o ocorrido no Brasil em 2013. Dentre as características, o autor destaca a horizontalidade como aspecto central dos movimentos surgidos na rede. Em geral, não existe uma liderança, a organização é horizontal e a capilaridade dos envolvidos não permite centralizar as decisões e ações em um núcleo ou pessoa. Outro aspecto importante refere-se à não institucionalização do movimento, que em geral rechaça a presença de instituições como partidos políticos ou até mesmo de movimentos sociais já institucionalizados, por exemplo. Outro ponto que merece destaque é a pluralidade de pautas – nesse sentido é ilustrativo mencionarmos as manifestações de 2013<sup>1</sup> no Brasil cuja bandeira era diversa, da reivindicação contra aumento da tarifa do transporte urbano à pauta da corrupção.

Ao analisar a transformação das relações de poder, com a emergência e o fortalecimento de novos atores, proporcionada pela reconfiguração dos processos comunicacionais, Castells (2013, p. 13) detectou o desenvolvimento de novos padrões nos mo-

vimentos sociais. Para o autor, essa reconfiguração inaugura “novas formas de mudança social no século XXI”. A mudança fundamental à qual Castells (2013) chama de autocomunicação de massas é suportada por uma rede horizontal de comunicação interativa. Além da horizontalidade, outro elemento enfatizado pelo autor é o fato de a comunicação digital ser multimodal.

Para Castells (2013), a autocomunicação de massas promove uma plataforma tecnológica que possibilita a autonomia dos atores sociais. Essa autocomunicação é difícil de ser controlada por governos e empresas pela sua horizontalidade e capilaridade por meio da rede.

Castells (2013) observou os novos movimentos sociais que se iniciam na internet (nas redes sociais), identificando-os como espaços de autonomia, de partilha, seguros e virais. Muitos desses movimentos mapeados pelo autor foram espontâneos e com múltiplas reivindicações, além de serem apartidários, críticos da estrutura midiática tradicional, sem lideranças formais e estruturados em torno do debate coletivo. Essas características analisadas pelo autor parecem indicar a emergência de um padrão nos movimentos sociais surgidos na internet.

Esses movimentos sociais em rede são novas formas de movimentos democráticos, movimentos que estão a reconstruir a esfera pública no espaço de autonomia construído à volta da interação entre locais e redes de internet, movimentos que estão a experimentar com tomadas de decisão baseadas em

---

<sup>1</sup> Foi a partir das manifestações ocorridas em 2013 no Brasil que se fortaleceram movimentos como o MBL (Movimento Brasil Livre) e Escola Sem Partido, todos ligados a setores mais conservadores da sociedade.

assembleia a reconstruir a confiança como fundamento para a interação humana. (CASTELLS, 2013, p. 237).

Um dos principais aspectos desses movimentos é que eles estão ligados em redes de múltiplas formas (multimodal), ou seja, redes *online* e *off-line* estruturadas tanto previamente quanto no curso das ações dos movimentos. A internet e os dispositivos tecnológicos móveis têm um relevante papel facilitador na articulação dessas redes, conferindo ao movimento, de acordo com Castells, uma estrutura descentralizada, aberta e sem fronteiras definidas.

Em contraposição ao controle existente nos meios tradicionais, as redes na internet conferem certa autonomia comunicacional. Falamos em “certa” autonomia tendo em vista que os limites e parâmetros são estabelecidos pelos algoritmos que estão por detrás das empresas desenvolvedoras das plataformas de mídias sociais.

## Metodologia - estudo exploratório do MUCB

Metodologicamente trata-se de um estudo exploratório de caráter qualitativo que, articulado aos conceitos centrais (CASTELLS e DI FELICE) acerca dos novos movimentos surgidos a partir da internet, possibilita refletirmos os movimentos em rede por meio da análise de páginas no Facebook<sup>2</sup> responsáveis pela articulação do cidadão em torno de questões de interesse de uma parcela significativa da sociedade. A página analisada é a

do grupo denominado Mulheres Unidas contra Bolsonaro (MUCB). No estudo exploratório foram levantados elementos para análise e entendimento de movimentos como o MUCB, surgidos na internet e que ganham corpo nas ruas, assim como constatada a relevância da página no âmbito do net-ativismo.

Como processo metodológico efetivamente operativo, o artigo apresenta uma descrição detalhada dos processos em rede delineados por meio de uma espécie de cronologia de acontecimentos a partir da emergência do MUCB e interfaces com o sistema jornalístico. O período de análise delimitado para o estudo exploratório, de setembro de 2018 até janeiro de 2019, compreende o momento que antecedeu a data de votação em primeiro e segundo turnos das eleições presidenciais de 2018 e os meses subsequentes.

Os dados descritos são analisados a partir de conceitos centrais no contexto do net-ativismo, principalmente apoiados em Di Felice e Castells.

## MUCB - o movimento das mulheres revela sua força

Durante o período das eleições presidenciais do Brasil em 2018 houve um movimento em prol da democracia, de respeito às minorias (gays, indígenas, negros etc.), em defesa da igualdade, contrário à tortura e antifascista. Esse movimento emergiu na internet, em especial nas redes sociais, reunindo forças distintas da sociedade. Uma eleição turbulenta, marcada por polariza-

<sup>2</sup> Facebook é uma das mais populares mídias sociais em uso atualmente no Brasil. Segundo o próprio site, foi fundado em 2004 com o propósito de aproximar as pessoas, possibilitando-lhes estarem conectadas e construindo comunidades. Disponível em: <https://www.facebook.com/facebook>. Acesso em: 10 jan. 2019.

ções, *fake news*<sup>3</sup> e impulsionada por “debates” no WhatsApp<sup>4</sup>. A movimentação na internet, como protagonista das eleições de 2018 no Brasil, pautou os veículos de comunicação (mídia impressa e televisiva) e acirrou o debate entre os eleitores.

Ao longo de algumas semanas, vários grupos surgiram nas plataformas de redes sociais ampliando o debate em torno das eleições presidenciais. Em pouco tempo os grupos organizaram grandes manifestações, levando sua robustez para as ruas. O principal movimento congregou milhares de mulheres Brasil a fora que, a partir de grupos no Facebook, exprimiram sua indignação às declarações do então candidato e agora presidente Jair Bolsonaro. Um desses grupos, intitulado inicialmente “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”, atingiu mais de 3,8 milhões de seguidoras e foi criado com o propósito de fazer frente ao avanço e fortalecimento do machismo, misoginia etc. Esse grupo foi responsável por protestos de rua Brasil a fora, incluindo cidades como Paris e Lisboa.

O grupo fechado na plataforma de rede social Facebook “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” (MUCB) foi um dos protagonistas do movimento #EleNão que ganhou as redes e as ruas do Brasil durante o pleito eleitoral para a presidência da República em 2018. A análise realizada neste artigo objetiva relacionar os aspectos centrais discutidos sobre net-ativismo e as características do movimento surgido nas redes.

Para a análise foram observados, além do conteúdo das postagens, o número de seguidores, a descrição, as regras e dinâmica de funcionamento do grupo. O MUCB atingiu em seu grupo fechado no Facebook quase 4 milhões de integrantes, que participam por meio de comentários e postagens. Esse número expressivo de integrantes, dentre outros aspectos, evidencia a relevância da página no âmbito do net-ativismo e é elemento determinante para a escolha desse movimento.

Vários grupos foram criados nas redes sociais com o propósito de mobilizar as pessoas contra Bolsonaro, então candidato à presidência. Alguns desses grupos foram organizados por estados ou regiões do Brasil, por exemplo. Numa busca na plataforma Facebook encontramos diversos grupos, no entanto a escolha do MUCB (Figura 1) para análise neste artigo pautou-se por sua representatividade. Numericamente esse grupo é o que possui o maior número de integrantes e o maior volume de postagens e mensagens que circulam diariamente. Portanto, a representatividade do movimento pode ser constatada pelo número expressivo de mulheres que se tornaram membros desse grupo fechado. Em 28 de outubro de 2018, no dia da eleição em segundo turno, o grupo atingira mais 3,8 milhões de membros.

O grupo criado em 30 de agosto de 2018, em menos de dois meses, mobilizou milhares de mulheres em várias regiões do país e fora do Brasil. Segundo a descrição, o grupo foi concebido com o propósito de unir “as

3 Durante o período eleitoral, várias notícias falsas circularam nas redes sociais, as mensagens continham informações falsas e imagens manipuladas. Disparos em massa pelo WhatsApp foram denunciados ao TSE (Tribunal Superior Eleitoral), evidenciando a utilização de ferramentas ilegais e proibidas para obtenção de vantagem nas eleições.

4. WhatsApp é um aplicativo para envio de mensagens instantâneas para telemóvel que permite efetuar chamadas de voz, enviar mensagens de texto, som e imagens a partir da conexão à internet. No Brasil esse aplicativo é um dos mais populares e foi amplamente utilizado nas eleições de 2018. Disponível em: [https://www.whatsapp.com/?lang=pt\\_pt](https://www.whatsapp.com/?lang=pt_pt). Acesso em: 10 jan. 2019.

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”.<sup>5</sup>



Figura 1 – Grupo fechado MUCB. Fonte: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716/>. Acesso em 16 nov. 2018.

O estopim do movimento foram as declarações que circulavam na internet do então candidato à presidência Jair Bolsonaro. Essas declarações continham discurso misógeno, homofóbico e machista, o que gerou a indignação e levou milhares de mulheres a se manifestarem na própria internet. Velozmente as declarações viralizaram na rede, resgatadas de vídeos com falas de Bolsonaro na tribuna da Câmara dos Deputados, de entrevistas aos veículos de comunicação e até mesmo de mensagens postadas nas próprias redes sociais do candidato. Castells (2013), em sua perspectiva analítica dos movimentos surgidos na internet ao redor do mundo, identificou

sempre um elemento gerador dos protestos, esse gatilho ou estopim é o responsável por acender a centelha de indignação. Para o autor, essa centelha de indignação traduz o desejo de mudança social a partir de uma ação individual e coletiva daquelas que se sentem engajados. Desse modo, percebe-se no Movimento das Mulheres Contra Bolsonaro claramente o gatilho ou estopim para as manifestações de indignação. O grupo teve como tônica inicial a necessidade de ampliar o debate democrático e agregar vozes femininas, independentemente de cor, religião, classe e orientação sexual, justificando assim a criação do movimento.

5 A descrição do grupo está disponível quando acessamos na página o link “Sobre”. Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716/>. Acesso em: 28 out. 2018.



Assim, na experiência histórica, e pela observação [...] os movimentos sociais são muito frequentemente desencadeados por emoções que derivam de algum evento significativo, que ajuda os manifestantes a superarem o medo e a desafiarem os poderes, apesar do perigo inerente à sua ação. (CASTELLS, 2013, p. 214).

Vários coletivos femininos se articularam em torno da hashtag “elenão” (#EleNão), que ganhou enormes proporções e culminou no surgimento de grupos em plataformas de redes sociais como o Facebook e Twitter. Muito rapidamente esses grupos e páginas no Facebook foram compartilhando as declarações do então candidato à presidência e manifestando profunda indignação com as mesmas. Observamos aqui a emergência do que Castells (2013, p. 215) denomina autocomunicação de massas, ou seja, “redes horizontais de comunicação multidirecional e interactiva na Internet”. As redes sociais na internet facultaram a rápida articulação entre seus usuários, possibilitando o surgimento MUCB e outros grupos e páginas identificados em torno daquilo que representa o movimento “#EleNão”. Era latente a necessidade de expressar a indignação às declarações do candidato presidencial Jair Bolsonaro, desse modo, a partilha desse desejo encontrou eco nas redes sociais transformando-se em um ato coletivo.

Na descrição do grupo, o MUCB declara acreditar que este cenário ao mesmo

tempo atormenta pelas ameaças aos direitos e conquistas, como representa uma oportunidade de reafirmação das mulheres como seres políticos e sujeitos de direito. “Esta é uma grande oportunidade de união! De reconhecimento de nossa força!”,<sup>6</sup> constataam as administradoras do grupo.

Pelo fato de ser um grupo fechado, no MUCB existe a presença de administradoras e moderadoras, o que refuta um dos aspectos centrais atribuído por Castells (2013) aos novos movimentos sociais surgidos na internet: a inexistência de lideranças formais. Ao todo são dez administradoras da página e 68 moderadoras que são responsáveis pelas postagens principais, o aceite de novos membros no grupo e a avaliação e autorização dos conteúdos a serem compartilhados. No caso do movimento em tela, a liderança é compartilhada por várias integrantes; no entanto, uma das administradoras destaca-se como a idealizadora do grupo. Em uma postagem, ressalta-se a figura dessa idealizadora: “Nascemos do fruto concebido por uma guerreira negra e nordestina que nunca viveu sequer um minuto em zona de conforto e teve a iniciativa de criar um grupo somente de mulheres e reuni-las no Facebook”.<sup>7</sup>

O papel dessa liderança é constatado pela visibilidade que a idealizadora do grupo adquire, tanto por meio das principais postagens no Facebook quanto da exposição na mídia tradicional, por meio da participação dela em debates, entrevistas e outras atividades representando o MUCB.

<sup>6</sup> Idem.

<sup>7</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2280225788664042&set=p.2280225788664042&type=1&theater>. Acesso em: 4 dez. 2018.

O movimento de forma geral recebeu cobertura midiática no Brasil e no mundo e foi pauta dos veículos de comunicação, que destacaram o expressivo número de mulheres mobilizadas em torno do grupo. A

mídia logo despertou o interesse pelo movimento e, já nos primeiros dias de atividade do grupo, os veículos de fora do Brasil, como *El País* (Figura 2), destacavam a participação das mulheres.



Figura 2 - Repercussão na mídia do Movimento. Fonte: Publicado em 13 set. 2018, em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/12/actualidad/1536768048\\_321164.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/12/actualidad/1536768048_321164.html). Acesso em: 27 dez. 2018.

### Todas contra ele - o conteúdo das postagens e as discussões

Os conteúdos compartilhados entre as integrantes do MUCB reverberavam os acontecimentos ocorridos durante a campanha eleitoral (as propostas dos candidatos, as declarações, as notícias falsas, dentre outros assuntos) e também as declarações feitas à imprensa, em eventos e na tribuna do Congresso Nacional envolvendo o candidato à presidência da República Jair Bolsonaro. As declarações eram polêmicas e, na maior parte delas, conteúdos de ataque às minorias foram desferidos. Nas postagens, as posições e manifestações em prol dos candidatos não eram únicas, a unanimidade estava

na insatisfação com o que representava o candidato Bolsonaro.

O respeito à diversidade das posições é considerado pelo MUCB como fundamental e está expresso nas regras do grupo, que permitem comentar sobre os outros candidatos, entretanto frisando que o objetivo é “todas contra ele”, em referência ao candidato Bolsonaro. Após o período eleitoral, as regras do grupo, expressas pelas administradoras, foram atualizadas e enfatizam que o grupo é destinado às mulheres, sendo vedada promoção ou *spam*, veiculação de imagens de menores, de piadas, publicações repetidas e discurso de ódio. Naturalmente, por tratar-se de um grupo fechado, é reforçada a garantia da privacidade e confiança entre as integrantes.



Em virtude da própria dinamicidade das redes, o movimento se reconfigura permanentemente. A participação e o grau de envolvimento dos indivíduos no movimento são responsáveis por essa reconfiguração.

O grupo se constituiu em torno do rechaço ao candidato Bolsonaro e não como um movimento partidário em prol do candidato Haddad. Nas manifestações das integrantes, por meio das postagens, encontramos mensagens de apoio aos então candidatos Ciro Gomes, Guilherme Boulos, Marina Silva, Fernando Haddad, entre outros. Naturalmente, o candidato Haddad obteve maior visibilidade no grupo, em especial no período mais próximo à eleição em primeiro turno. A ascensão nas pesquisas de intenção de voto do candidato Haddad e o risco de uma possível vitória de Bolsonaro, ainda no primeiro turno, mobilizaram as integrantes do grupo.

No caso do MUCB, a moderação do grupo impediu que as integrantes postassem livremente suas mensagens. O filtro, segundo as administradoras, era necessário para que o grupo mantivesse seu foco e propósito. As postagens das integrantes, durante os primeiros meses do grupo (em especial durante o período eleitoral) não eram veiculadas automaticamente, pois precisavam passar pela moderação e o crivo das administradoras. Somente após as mensagens estarem adequadas às regras e aos critérios definidos pelo grupo é que eram disponibilizadas as postagens.

Após alguns meses de atividade do grupo e findo o período eleitoral, no final do mês de dezembro de 2018, o MUCB liberou o *feed* para que as participantes postassem sem a necessidade de moderação. Espontaneamente surgiram postagens

com mensagens relatando histórias das integrantes. Os conteúdos revelaram casos de casais LGBT, de mulheres que venceram a violência doméstica, de mães solteiras, dentre outras. Várias mensagens com exemplos de superação, empoderamento, diversidade, tolerância e amor.

Em virtude de inúmeras denúncias de violação das regras (*spam*, conteúdos de violência e sexo etc.) e da notificação do Facebook sobre as postagens e possibilidade de interrupção e retirada do ar da página, foi novamente fechado o *feed*. Em meados de janeiro de 2019, as postagens passam novamente pela moderação prévia, para evitar o encerramento da página.

### Das redes para as ruas

O movimento surgido nas redes tomou corpo por meio de atos de rua, ocorridos em duas ocasiões, conforme detalhamos a seguir. Desse modo, o MUCB se constituiu a partir de redes na internet, mas ultrapassa o âmbito das redes sociais digitais e concretiza-se no espaço urbano. Na análise de Castells (2013), esse espaço público dos movimentos sociais constitui um espaço híbrido. Esse novo espaço público, para ele, é um espaço de comunicação autônoma.

Na sociedade, o espaço público dos movimentos sociais é constituído como um espaço híbrido entre as redes sociais da Internet e a ocupação do espaço público: juntando o ciberespaço e o espaço urbano, numa interação inexorável, constituindo tecnológica e culturalmente, comunidades instantâneas da prática transformadora. (CASTELLS, 2013, p. 29).

Os atos de rua conclamados pelo grupo em várias cidades brasileiras e no exterior contaram com uma participação muito expressiva de mulheres e homens. Na realidade, inúmeros coletivos de mulheres, partidos de esquerda e outras forças foram os responsáveis pela organização dos atos e ecoaram as manifestações. O MUCB, ao consolidar os atos de rua, pôde “territorializar” o protesto, extrapolando o âmbito das redes sociais na internet.

Foram convocados dois atos, o primeiro deles, realizado no dia 29 de setembro de 2018, ocorreu em várias cidades brasileiras e ao redor do mundo (Lisboa, Paris, Barcelona, Nova York, Boston etc.). O segundo ato aconteceu em 20 de outubro de 2018, também mobilizando em várias cidades diversos coletivos de mulheres.

No ano de 2019, após um ano de criação do movimento, um novo ato de rua aconteceu em setembro de 2019 sem grande repercussão midiática. Em 2020, o MUCB

liderou mais um ato em várias cidades brasileiras e, em Lisboa, no dia 8 de março.

## Cobertura midiática nacional e internacional

Ao levar milhares às ruas durante os atos, o movimento passou a receber maior cobertura dos meios de comunicação (Figuras 3, 4 e 5). No dia posterior ao ato do dia 29 de setembro de 2018, vários jornais de circulação nacional estamparam suas capas das edições impressas com manchetes alusivas ao protesto. A capa do jornal *O Globo* de 30 de setembro de 2018 trouxe a manchete “Mulheres na rua contra Bolsonaro”. Além da cobertura midiática dos veículos impressos no dia posterior aos protestos, as edições *online* dos jornais acompanharam ao vivo as manifestações. Jornais como a *Folha de S. Paulo* (Figura 3) realizaram cobertura ao vivo dos protestos de rua.



Figura 3 – Edição *online* da Folha repercutindo os atos. Fonte: Publicada em 29 set. 2018, em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/09/atos-de-mulheres-contr...> Acesso em: 27 dez. 2019.

A repercussão internacional dos protestos do dia 29 de setembro de 2018 foi pauta obrigatória da cobertura das eleições brasileiras pelos veículos estrangeiros. O *El País* (Figura 4) e a BBC (Figura 5) fi-

zeram uma ampla cobertura jornalística e publicaram uma série de artigos trazendo opinião e análise de conjuntura do protagonismo das mulheres durante as manifestações.



Figura 4 – *El País* – veículos internacionais destacam protestos. Fonte: Publicado em 21 out. 2018, em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/29/politica/1538226863\\_062834.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/09/29/politica/1538226863_062834.html). Acesso em: 27 dez. 2018.



Figura 5 – BBC – veículos internacionais destacam protestos. Fonte: Publicado em 30 set. 2018, em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em: 27 dez. 2018.

## A reação das “Mulheres com Bolsonaro”

Com o avanço do MUCB houve uma reação por parte dos eleitores de Bolsonaro, sendo criado em 11 de setembro de 2018 o grupo no Facebook “Mulheres com Bolsonaro #17”. Essa iniciativa claramente opõe-se ao MUCB e posiciona-se em defesa de Bolsonaro. De acordo com a descrição do grupo (Figura 6), ele foi “feito pra mulheres de fibra e coragem que não precisam

do feminismo e defendem o Capitão Bolsonaro para presidente do Brasil!”.

Outros grupos foram criados nas redes sociais digitais com caráter de apoio ao então candidato Bolsonaro. Dentre os grupos com maior número de integrantes e que permanece em atividade destaca-se o “Mulheres com Bolsonaro #17 (OFICIAL)”. Ressalta-se que, durante a pesquisa, não houve acesso aos conteúdos postados e compartilhados pelo grupo.



Figura 6 – Descrição do grupo Mulheres com Bolsonaro. Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/324942994731554/>. Acesso em: 27 dez. 2018.

O grupo conta com pouco mais 1,4 milhão de integrantes, trata-se também de um grupo fechado com 25 administradoras e 78 moderadoras (Figura 7). A partir de dados

mais recentes<sup>8</sup> (10 jan. 2019) houve um pequeno incremento no número de integrantes do grupo ao passo que diminuiu o número de administradoras (19) e moderadoras (45).

8 Dados atualizados sobre o grupo podem ser acessados pela página oficial: <https://www.facebook.com/groups/324942994731554/>.



Figura 7 – Mulheres com Bolsonaro#17 (oficial). Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/324942994731554/>. Acesso em: 27 dez. 2018.

Logo após os protestos do MUCB levarem milhares às ruas, duas manifestações de apoio a Bolsonaro foram realizadas. Nos dias 30 de setembro de 2018 e 21 de outubro de 2018 ocorreram manifestações em várias cidades reunindo os apoiadores do candidato. Esses atos aconteceram no dia seguinte aos contrários à Bolsonaro.

### Os rumos do MUCB

Em 16 de setembro de 2018, o MUCB sofreu uma invasão e teve seu nome alterado para “Mulheres com Bolsonaro #17”

(ver histórico do grupo na Figura 8). Provavelmente algum membro infiltrado no grupo o fraudou, modificando o nome. O invasor, além de alterar o nome do grupo, deixou as administradoras sem acesso e a conta do grupo chegou a ficar temporariamente indisponível. A invasão não foi o único obstáculo enfrentado pelo grupo: várias integrantes sofreram ameaças e foram perseguidas por internautas pró-Bolsonaro. Mesmo diante desses percalços o grupo permaneceu ativo e tornou-se ícone de resistência.

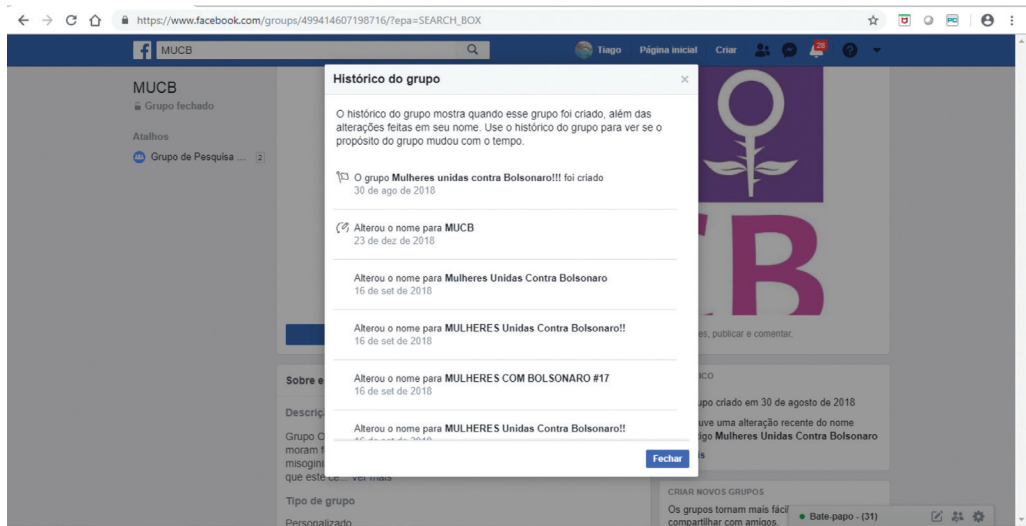


Figura 8 - Histórico do MUCB. Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716/>. Acesso em: 27 dez. 2018.

Na tentativa de fortalecer o grupo e garantir sua continuidade, a postagem de 23 de dezembro de 2018 (ver Figura 9) destaca a potência do grupo. Enquanto se definiam os rumos do grupo, o “Movimento das Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” é alterado para a sigla “MUCB”. A adoção apenas da

sigla se dá no momento em que o grupo quer continuar as atividades e garantir sua institucionalização. Com a utilização apenas da sigla evitam-se a referência explícita ao nome do presidente e possíveis retaliações em virtude disso. O grupo também cogita alterar o nome para “Mulheres Unidas Com o Brasil”.

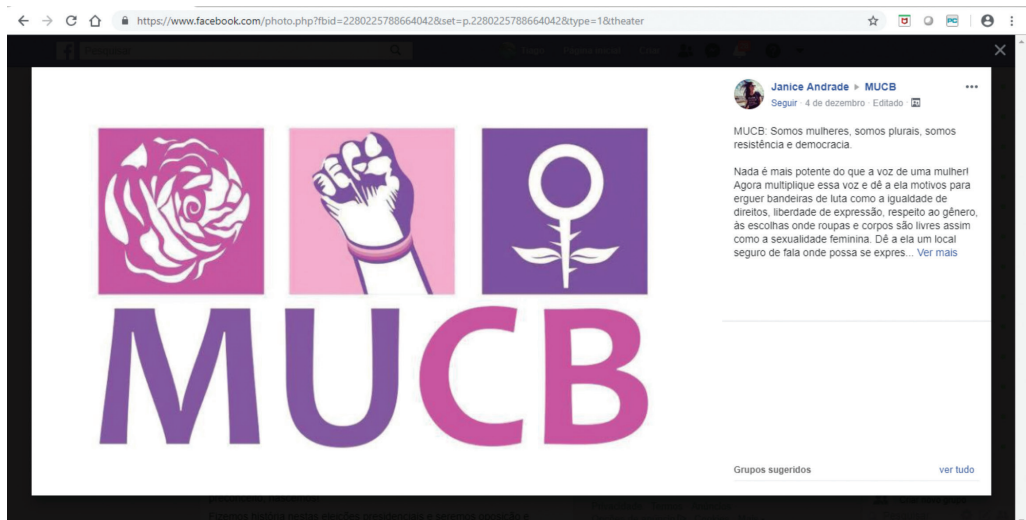


Figura 9 - Sigla do movimento - MUCB. Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2280225788664042&set=p.2280225788664042&type=1&theater>. Acesso em: 27 dez. 2018.



No intuito de garantir a institucionalização do grupo, as administradoras do MUCB propuseram uma enquete a respeito de sua continuidade. Logo após o resultado das eleições, o grupo apresentou a enquete às integrantes com o propósito de construir os rumos e a continuidade do movimento.

Na postagem que apresenta a enquete ressalta-se o grande número de integrantes que foram mobilizadas pelo grupo e o desejo de continuidade da luta. As opções de continuidade do MUCB propostas pela enquete foram a criação de uma ONG, a formação de uma associação exclusiva para mulheres e a constituição de um partido político reunindo mulheres e LGBTs. A enquete ficou disponível até 18 de novembro de 2018, vencendo a opção pela constituição de um partido político. Foram 16.711 votos que

optaram pela fundação de um novo partido político “formado em sua maioria por mulheres, respeitando os requisitos legais para tal, com intuito de concretizar a participação da representação feminina consciente nas decisões políticas desse país”.<sup>9</sup>

Em um curto período de tempo, o número de integrantes do grupo reduziu-se consideravelmente, ficando com pouco mais de 2,4 milhões em 27 de dezembro de 2018 (ver Figura 10). As razões para essa redução podem ser atribuídas ao fim do pleito eleitoral (considerado o principal motivador das ações do grupo), ao fato de várias membras do grupo já serem integrantes de partidos políticos, dentre outras razões. Cabe aprofundar com novas pesquisas para saber os motivos do abandono do grupo.<sup>10</sup>



Figura 10 – MUCB. Fonte: Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716>. Acesso em: 27 dez. 2018.

9 Postagem publicada em 4 dez. 2018, em: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716>. Acesso em: 2 jan. 2019.

10 Uma das possíveis razões para a redução do número de integrantes é a mudança na política do Facebook. A mudança implica a “inatividade” dos integrantes de um grupo que não realizam postagens ou interagem com certa regularidade.

Para Castells (2013), os movimentos sociais em rede, ao se transformarem em partidos políticos, organizações ou atores políticos, cessam a sua existência exatamente por essa razão. O processo de institucionalização acaba por tolher um dos aspectos centrais dos movimentos em rede: a cultura da autonomia.

O passo do MUCB em direção à institucionalização pode vir a confirmar a análise de Castells. A opção pela constituição de um partido político poderá cessar com a força mobilizadora adquirida pelo movimento ao longo dos últimos meses pré e pós-eleições. Ao garantir-se a institucionalização não se garante o futuro do MUCB.

Ao observarmos a atividade do MUCB, percebe-se que o grupo permanece ativo mesmo após o resultado das eleições e o primeiro ano de governo do presidente eleito. Nesse sentido, a preocupação em manter esse capital conquistado nos últimos meses com o engajamento de milhares de mulheres é legítima, no entanto cabe questionarmos se a institucionalização será uma oportunidade de consolidação do grupo ou decretará seu fim. Apesar da redução no número de integrantes, o MUCB segue com uma inten-

sa atividade, denunciando e debatendo as ações do governo Bolsonaro.

## Considerações finais

Independentemente da vitória de Jair Bolsonaro, o movimento representou a possibilidade de expressão e repercussão de suas pautas na imprensa, na opinião pública e na sociedade. O engajamento das mulheres significou o rompimento com um *status quo* patriarcal da sociedade brasileira. Na verdade, o foco no #EleNão expressou não apenas o rechaço ao então candidato, mas aquilo que suas ideias representavam.

Por fim, os resultados analisados evidenciam a relevância da página do MUCB no âmbito do net-ativismo. Os atos de rua revelaram o poder de aglutinação gerado pelas ações digitais do grupo. Durante os três meses anteriores à data das eleições do segundo turno, o grupo demonstrou a força do movimento. Passado um ano de governo Bolsonaro, e como arrefecimento dos atos de rua, perguntamo-nos se permanecerão a articulação das mulheres e o fortalecimento do grupo. Logicamente, essa possibilidade de continuidade só será possível a partir de novos contornos que irão revigorar ou sepultar o movimento.

## Referências bibliográficas

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew; YU, Chuan. Trends in the diffusion of misinformation on social media. **Research & Politics** (RAP), v. 6, n. 2, Apr./June 2019. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2053168019848554>.

CAMPANELLA, Bruno. Do mito do centro mediado ao esvaziamento do mundo social – as mídias e o processo de datificação da sociedade. Entrevistado: Nick Couldry. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 13, n. 2, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/161898/155843>

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.

FELICE, Máximo Di. Netativismo: novos aspectos da opinião pública em contextos digitais. **Revista Famecos – mídia, cultura e tecnologia**, v. 19, n. 1, p. 27-45, 2012. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/11339/7730>

FELICE, Máximo Di. **Net-ativismo**: da ação social ao ato conectivo. São Paulo: Paulus, 2017.

FUCHS, Christian. Mídias sociais e a esfera pública. **Revista Contracampo**, Niterói, v. 34, n. 3, dez. 2015. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17552>.

FUCHS, Christian. **Social Media – a critical introduction**. 2.ed. London: Sage, 2017.

GOMES, Wilson. **A democracia no mundo digital**. São Paulo: Edições SESC, 2019.

MAINIERI, Tiago. **Um peso, duas medidas**: desvelando a comunicação pública na sociedade midiaticizada. Goiânia: Gráfica UFG, 2016. (Coleção Rupturas Metodológicas para uma Leitura Crítica da Mídia, 6)

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**: comunicação mediada por computadores e redes sociais na internet. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade – uma teoria social da mídia**. (W. O. Brandão, Trad.) Petrópolis: Vozes, 1998.

 Data de recebimento: 27/02/2020

Data de aceite: 29/03/2020

Dados do Autor:

**Tiago Mainieri**

<http://lattes.cnpq.br/4332108741473825>

Doutor em Ciências da Comunicação pela ECA/USP com sanduíche na University of Florida e Universitat Autònoma de Barcelona, pesquisador e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (mestrado e doutorado) da Universidade Federal de Goiás. Pós-doutor em Comunicação pela ECO/UFRJ, mestre e graduado pela UFSM. Pesquisador visitante (PVE-CAPES 2018/2019) no Instituto de Comunicação da Universidade Nova de Lisboa (ICNOVA/UNL). Autor do livro *Um peso, duas medidas - desvelando a comunicação pública na sociedade midiaticizada* (CEGRAF, UFG, 2016).

