

---

## **Ciberativismo feminista e a construção do movimento #elenão no nordeste e sudeste brasileiro<sup>1</sup>**

Loudeglan Alves LIMA<sup>2</sup>

Tayna Sousa Moraes DUARTE<sup>3</sup>

Michelly Santos de CARVALHO<sup>4</sup>

Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, MA

### **Resumo**

O ciberativismo constitui uma ferramenta potente em meio a disseminação das informações nas redes sociais e em ambientes digitais. Esse ativismo digital situa-se na chamada quarta onda do movimento feminista. Trata-se do digital e seu impacto na vida social e política das pessoas, no caso do presente trabalho, o impacto deste ciberativismo nas lutas feministas numa época marcada pela internacionalização das reivindicações que nunca perdem as suas particularidades geograficamente localizadas. Neste contexto, as mulheres saem das redes sociais para ocupar as ruas. Assim, o presente estudo busca realizar uma análise sobre a construção do movimento #EleNão, bem como a percepção das vozes ativas de lideranças feministas de três capitais do Nordeste e três do Sudeste do Brasil, sobre a midiaticização do ato contra Jair Bolsonaro, desde o ataque à página “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, no Facebook, até a efetivação do ato, em 29 de setembro de 2018.

**Palavras-chave:** Ciberativismo; hashtag; #elenão; midiaticização; feminismo.

### **Introdução**

O feminismo como corrente intelectual nas suas diversas frentes relaciona a militância pela igualdade de gênero com a pesquisa sobre as causas e mecanismos que levam a reprodução da dominação dos corpos das mulheres pelo patriarcado (MIGUEL, 2014). Por conta das inúmeras conquistas nas esferas da educação, política, lar e trabalho, o discurso jornalístico tende a apresentar a luta feminista como “superada”. Entretanto,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, na XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Os dados são oriundos da Pesquisa de Iniciação Científica no Projeto “Da rede à rua: percepções sobre o feminismo na mídia a partir do movimento #elenão”, financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa e ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico do Maranhão (FAPEMA).

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação/Social - Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, bolsista PIBIC UFMA, e-mail: [louddeglan.alves@discente.ufma.br](mailto:louddeglan.alves@discente.ufma.br)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação/Social - Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, bolsista PIBIC FAPEMA, e-mail: [ts.moraes@discente.ufma.br](mailto:ts.moraes@discente.ufma.br)

<sup>4</sup> Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, Coordenadora do Núcleo Interdisciplinar de Estudo, Pesquisa e Extensão em Comunicação, Gênero e Feminismos – Maria Firmina dos Reis, orientadora deste trabalho. E-mail [michelly.carvalho@ufma.br](mailto:michelly.carvalho@ufma.br).

---

existem indícios claramente identificáveis de que existe uma permanência abundante da dominação masculina, basta observar os inúmeros casos de violência contra as mulheres e feminicídio (crimes em razão do gênero) e as assimetrias que continuam a existir em diversas esferas, como é o caso do trabalho e emprego e do domínio familiar e do cuidado. Deste modo, ao estudar a relação do feminismo com a mídia auxilia-se o debate sobre os espaços, estereótipos e lugares de fala destinados às mulheres e é possível apontar, a partir do conhecimento de causa, caminhos para desconstrução dessas desigualdades na sociedade.

A chamada quarta onda do feminismo (SARMENTO, 2017; FONSECA, 2017) mais contemporânea, de acordo com Heloisa Buarque (2018), foi fundamental para levar questões da pauta feminista para outros lugares e âmbitos inimagináveis. Esta quarta onda fez com que as mulheres saíssem das redes sociais para ocupar as ruas. Trata-se do digital e seu impacto nos dias atuais, o impacto este que o ciberativismo tem para as lutas feministas numa época marcada pela internacionalização das reivindicações as quais nunca perdem as suas particularidades geograficamente localizadas.

Mulheres, de diferentes etnias e classes sociais têm organizado ao longo do tempo diversas maneiras de conceituar e de espalhar pautas de gênero, feminismos, raça e classe para que se entendesse que ainda estão longe de alcançar a equidade que tanto almejam. Para isso é necessário lutar, não somente contra o machismo, mas contra o fascismo e todos os preconceitos instaurados na nossa sociedade patriarcal.

Com a crescente evolução da tecnologia e a popularização das redes sociais, o uso do termo *clickativismo* (o uso das mídias sociais para promover uma causa), atualmente conhecido nos estudos como ciberativismo, também fez presente nos ambientes digitais, impulsionando cada vez mais debates digitais acerca dos movimentos feministas e suas vertentes. Milhomens (2009) define ciberativismo como o uso de tecnologias digitais ou de informação e comunicação para a mobilização e enfrentamento político, social e/ou cultural. O ciberativismo na troca de informações, debates e divulgações, que tem como objetivo a utilização da internet através de grupos que são motivados para a busca de informações e reedificação por meio de movimentos e ações, dentro ou fora da internet. Vegh (2003) conceitua ciberativismo como a utilização da Internet por movimentos politicamente motivados.

---

É neste contexto do ciberativismo que surgiu o grupo do *Facebook* “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, que contou com a adesão de 3,88 milhões de membros, tendo como principais pautas a luta contra o fascismo, o racismo, o esquecimento das atrocidades ocorridas no período da ditadura militar.

Neste sentido, o presente trabalho tem como objeto de estudo esse movimento que explodiu nas redes sociais, em setembro de 2018, durante as eleições presidenciais do Brasil, o estudo busca realizar uma análise sobre a construção do movimento #EleNão, bem como a percepção das vozes ativas de lideranças feministas de três capitais do Nordeste (São Luís, Salvador e Recife) e três do Sudeste do Brasil (São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte), sobre a midiatização do ato contra Jair Bolsonaro, desde o ataque à página “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, no Facebook, até a efetivação do ato, em 29 de setembro de 2018, o maior evento liderado por mulheres na história do país. A pesquisa se dispõe a documentar o movimento e a midiatização do mesmo na história do movimento feminista brasileiro.

## **1. Como tudo começou**

O grupo "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro" foi criado no dia 30 de agosto de 2018 por Ludimilla Santana Teixeira, 40 anos, Comunicóloga e Publicitária de Salvador na Bahia, que juntamente com o apoio das mulheres de diferentes estados lideraram uma discussão a cerca da pauta feminista, fazendo com que o debate ganhasse uma grande expansão dentro da plataforma, se tornando um viral na internet, causando assim um grande impacto final nas ruas de todo o país. Em entrevista realizada pelo Núcleo Interdisciplinar em Comunicação, Gênero, Feminismos, Raça e Cidadania - Maria Firmina dos Reis no dia 26 de outubro de 2020, Ludimilla Teixeira conta que fez uma pesquisa de marketing para verificar se existiam outros grupos de mulheres:

Mas não existia um grupo específico de mulheres que estavam querendo debater política, e aí justamente, a política que sempre foi um campo onde as pessoas acreditam: "que não é coisa de mulher, que a mulher não entende de política, que mulher não gosta de política e que política é coisa para homens." E aí uma grande oportunidade de poder, justamente,

---

ter esse local onde as mulheres pudessem fazer esse debate.  
(TEIXEIRA, 2021, informação verbal)<sup>5</sup>

Após essa pesquisa verificou-se que não existia nenhum grupo de mulheres que debatesse política na plataforma selecionada. O que muitas pessoas não sabem acerca da história e de como foi feita a construção da mobilização #EleNão é que este movimento só foi possível porque uma mulher negra e nordestina teve a coragem de “acender o fósforo”, com ela mesma cita em entrevista.

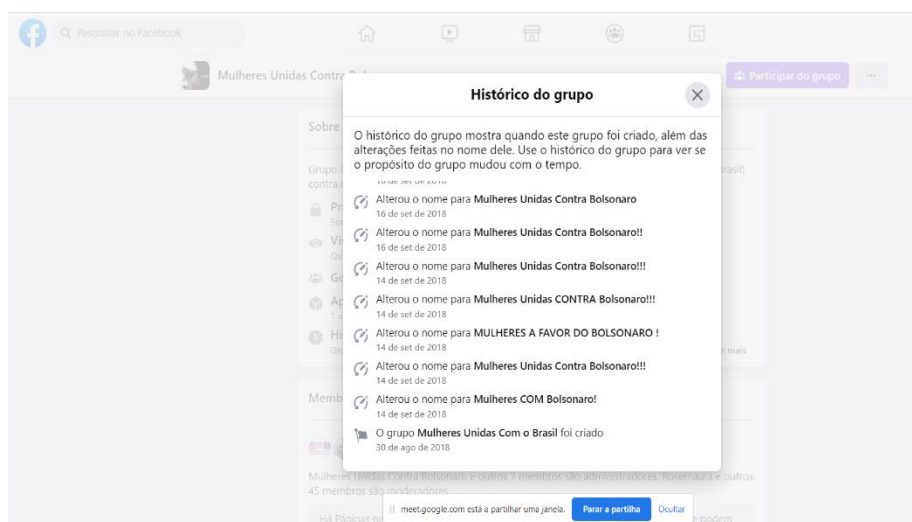
No dia 29 de setembro de 2018 aconteceu no Brasil e fora do país o maior evento do movimento feminista, saído do campo virtual para as ruas simultaneamente, intitulado “Ele Não”. O evento foi criado e motivado na tentativa de conscientizar os eleitores e propor uma discussão contrária sobre os discursos misóginos do então candidato na época, Jair Messias Bolsonaro do Partido Social Liberal (PSL), (atualmente presidente do Brasil) e também por suas ameaças às minorias, como a comunidade LGBTQIAP+, indígenas e a população negra, nas eleições de 2018.

A partir daí, com o crescimento exponencial do grupo, incomodou os apoiadores do candidato do PSL, iniciando os primeiros ataques cibernéticos ao grupo que foi inúmeras vezes hackeado tendo alterada sua designação para “Mulheres com Bolsonaro” ou retirado do ar algumas horas. O objetivo central do grupo de início era organizar uma manifestação de forma local, apenas nas ruas de Salvador na Bahia, mas após a divulgação nas redes sociais o grupo viralizou.

---

<sup>5</sup> Entrevista concedida por TEIXEIRA, Ludimilla Santana. Entrevista II.[10. 2020]. Entrevistador: Loudeglan Alves Lima. Imperatriz, 2020. arquivo .mp4 (1:50:22 min.).

**Figura 1 - Impressão de tela do histórico do grupo "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro"**



Fonte: Dados da pesquisa

Por conta da sua formação acadêmica em Publicidade, Ludimilla conta em entrevista concedida ao Grupo de Pesquisa Maria Firmina dos Reis que fez uma análise *swot*<sup>6</sup>, para chegar até então em um nome que não causasse o crescimento ou favorecimento de Jair Bolsonaro, pois o intuito principal era que o seu nome não fosse evidenciado nas redes sociais, com esta pesquisa de mercado em profundidade finalizada, chegou em algumas hipóteses que foram testadas nas redes sociais por internautas, como por exemplo: “o inominável, biroliro, aquele que não se pode pronunciar o nome, ele não, ele nunca, ele jamais entre outros”, a fim de encontrar oportunidades para elaboração do mesmo.

A utilização do pronome "ele" foi a forma encontrada de se posicionar contra o presidente, sem que fosse necessário explicitar seu nome, evitando aumentar a visibilidade do candidato, e de certa forma, se esquivando de uma possível atenção do eleitorado do presidente. “A consequência é que eles criam uma semente aleatória na rede on-line: esses ativistas estimulam focos de atividade no início que são topologicamente heterogêneos e que se espalham por meio de outros indivíduos de baixo limiar que aderem à causa” (GONZÁLEZ-BAILÓN et al, 2011, p. 8).

<sup>6</sup> No curso de Publicidade este termo é conhecido popularmente como FOFA, pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças. É uma pesquisa de marketing.

## 1.1 O Uso da hashtag EleNão

Neste contexto, é importante explicar o contexto de surgimento da *hashtag*. Fruto da reação coletiva de internautas no Twitter que se opõem à eleição do atual Presidente da República, levando em consideração o projeto de governo e os ideais políticos e partidários que guiam os posicionamentos do então presidencial, que atualmente continua proferindo discursos misóginos, LGBTfóbicos e racistas que justificam a manutenção do termo que chama atenção de autoridades que se mostram de posicionamento contrário às ações determinadas pelo chefe do poder executivo federal.

De acordo Nascimento (2019, p. 51) em 12 dias após a criação do grupo no Facebook, a *hashtag* #EleNão contabilizou mais de 1,6 milhão de menções contrárias e a favor do candidato à Presidência da República pelo PSL, Jair Messias Bolsonaro, no Twitter” (NASCIMENTO, 2019, p. 51). *Hashtag* esta que vem sendo utilizada até hoje nas redes sociais para demonstrar opiniões contrárias ao governo de Bolsonaro, inclusive, artistas nacionais e internacionais aderiram ao movimento em suas redes sociais como forma de demonstrar repúdio à candidatura.

Em cenários de conjuntura crítica no Brasil, se estabelece nas redes uma política de direita conversadora, onde discursos de ódio contra mulheres foram evidenciados a partir das narrativas de Jair Messias Bolsonaro veiculadas nas redes sociais. A partir disso foi gerado um debate nas plataformas digitais acerca de como atuar contra essas opressões sofridas, surgindo assim uma necessidade de todas as internautas se juntarem ao grupo chamado “*Mulheres Unidas Contra Bolsonaro*”<sup>7</sup>, grupo este que se encontra ativado até hoje (19/07/2022) com 2.248.960 milhões de membros no *Facebook*.

As redes sociais, neste momento, não eram vividas apenas como veículo eficaz para a propagação de informações, mas lançaram também as bases desejadas para um novo tipo de organização política: uma democracia conectada, participativa, transparente (HOLLANDA, 2018, p. 28). Acesso em 19 de julho de 2022.

---

<sup>7</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/groups/grupomucb/about/>. Acesso em 19 de julho de 2022.

---

Em decorrência dos debates ocasionados no grupo, Iza (nome fictício) de São Paulo decidiu criar o primeiro evento dentro da plataforma do *Facebook*, sendo assim a primeira chamada para a manifestação de fato que aconteceria em São Paulo, só que Maria não imaginava a repercussão do evento, logo somava mais 100 mil pessoas com presença confirmada no Facebook, na sua cabeça ela acreditava que alcançaria somente algumas mulheres para um possível debate acerca do tema.

A partir do ocorrido, as lideranças da campanha convocaram protestos contra o candidato à presidência em várias cidades para o dia 29 de setembro. Em menos de uma semana, várias cidades já haviam aderido e organizaram o protesto. De acordo com o portal de notícias da Globo, G1, 114 cidades participaram das manifestações contrárias à candidatura de Bolsonaro. Também houve atos fora do Brasil, em Nova York, Lisboa, Paris e Londres. O site da BBC News Brasil apontou que as maiores manifestações aconteceram em São Paulo e no Rio de Janeiro, com uma estimativa de 100 mil pessoas no Lago da Batata, na primeira cidade, e 25 mil na Cinelândia, na segunda.

As mulheres saíram do privado para ocuparem o espaço público, buscando seus direitos políticos (BIROLE; MIGUEL, 2014). Podemos citar dois dos primeiros movimentos que saíram das redes sociais para as ruas, são eles: Movimento Passe Livre (MPL), movimento este que ficou conhecido por criticar o aumento das tarifas; 15M (Movimento dos Indignados), que aconteceu no dia 15 de maio de 2011. Além destes o principal movimento de cunho feminista foi #ForaCunha, no dia 13 de novembro de 2015, nas ruas, vozes femininas ecoavam palavras de ordem como: "Ô Cunha sai, a pílula fica", "meu útero não", "as puta, as bi, as trava, as sapatão, tá tudo organizada pra fazer revolução" (BORGADO, 2018, p. 29).

O evento totalmente liderado e organizado por mulheres ganha força e forma nas ruas, com a colaboração de movimentos sociais e políticos organizados por mulheres que ganham reconhecimento. "Ele Não" foi uma das mobilizações feministas que mais ganhou adesão nas ruas, unindo-se de forma horizontal e genuína, os movimentos e minorias de direitos se juntaram para combater o fascismo, racismo, misoginia, e todos os preconceitos visíveis nos discursos de Jair Bolsonaro no ano de 2018.

## **Mapa metodológico**

Primeiramente realizou-se um levantamento bibliográfico sobre autoras que tratam sobre o ciberativismo, estudos feministas e política. Em seguida, realizou-se entrevistas semiestruturadas via Google Meet (Serviço de comunicação por chamadas de vídeos, desenvolvido do Google) para conhecer como o movimento foi articulado nas diversas cidades e qual a análise das lideranças feministas sobre a midiatização dos veículos de comunicação tradicionais e independentes no ato contra Jair Messias Bolsonaro em 29 de setembro de 2018. Os dados do estudo foram coletados no período de agosto de 2020 até junho de 2021. A seguir o mapa das entrevistas realizadas.

**FIGURA 1 – Mapa das Entrevistas<sup>8</sup>**

<b>Entrevistada</b>	<b>Cidade - Estado</b>
<i>Lura</i>	Rio de Janeiro/RJ
<i>Jéssica Ellen</i>	Rio de Janeiro/ RJ
<i>Alcione</i>	São Paulo/ SP
<i>Iza</i>	São Paulo/ SP
<i>Fatoumata</i>	Belo Horizonte/ MG
<i>Ludimilla Teixeira</i>	Salvador/BA
<i>Luedji</i>	Salvador/BA
<i>Tássi</i>	São Luís/ MA
<i>Gabi</i>	São Luís/ MA
<i>Daúde</i>	Recife/ PE
<i>Elza</i>	Recife/PE

Fonte: Dados da Pesquisa

<sup>8</sup>Utilizamos nomes fictícios (nomes de cantoras negras) para resguardar a identidade das entrevistadas, exceto Ludmilla Teixeira, que atualmente é uma pessoa pública e não se opõe a utilização do seu nome verdadeiro.



---

## Resultados preliminares

A partir das informações dadas nas entrevistas notamos que a repressão a mulheres negras e nordestinas foi maior como por exemplo o caso da Ludimilla Teixeira que teve sua conta pessoal do *Facebook* hackeada várias vezes e até hoje não conseguiu mais ter acesso e por isso teve que criar um novo perfil na rede social. Sem citar os ataques da página “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, que foi retirada do ar e teve o nome alterado várias vezes. Dos olhares de preconceito para Elza, de Recife enquanto se dirigia ao batalhão de polícia para conseguir as licenças necessárias para conseguir colocar o movimento #EleNão nas ruas da sua cidade.

Para as entrevistadas, havia um entendimento geral equivocado sobre o que estava em pauta no que toca a desigualdade de gênero e os movimentos feministas. Como se feminismo fosse o contrário de machismo. E se as mulheres fosse contra algo, os homens automaticamente deveriam confrontar e ficarem a favor.

Entre as manifestantes da Região Sudeste (São Paulo e Rio de Janeiro), podemos perceber que foram utilizados alguns mecanismos para filtrar a fala das/dos manifestantes no dia do protesto. No final do ato não teve microfone para o público ou para políticos que estavam presentes no dia. Isso aconteceu para que os homens presentes não tirassem o protagonismo feminino. Em uma tentativa de conceituar o que seria o uso do microfone em um ato político, Maria Bogado (2018) destaca:

O uso do microfone-humano apropriado pelas recentes manifestações feministas no Brasil, emergem as singularidades pessoais com mais ênfase. Assim, as ruas passaram a reverbar claramente a experiência em primeira pessoa, em discursos propagados por campanhas nas redes sociais, como aconteceu com a hashtag #PrimeiroAssédio.” (BORGADO, 2018, p. 25)

A limitação ao uso do microfone no ato contra Jair Messias Bolsonaro foi avaliada de forma positiva, pois estão todas e todos ali unidos em um só propósito e não se queria passar a ideia de que era um dado coletivo ou partido que estava liderando o evento. Isso porque eram de fato mulheres feministas diversas não tinha uma só pessoa responsável, tinha um conjunto de pessoas responsável. Em São Paulo e no Rio de Janeiro houve uma organização e cuidado para desenvolver cada mínimo detalhe do ato, como os artistas que

---

iriam cantar, a posicionação espacial das mulheres e mães que estavam ali e seus filhos, as pessoas idosas.

Já as entrevistadas do Nordeste tiveram mais medo ao fazer o trajeto no dia do ato. Reforçou-se medidas de segurança para as mulheres coletivamente e palavras de ordem no percurso com indicações de como voltar após o ato. Elas sentiram um maior impacto nas suas vidas em relação a segurança e as ameaças a integridade física e mental. Sentiram de fato opressões nas suas nas redes sociais e na rua.

É perceptível para todos e todas que o movimento foi um marco na história política do país e se reflete até os dias atuais. O país se polarizou e a extrema direita brasileira tem se manifestado de maneira violenta em relação à esquerda e aos movimentos sociais o que dificulta a realização de novos movimentos, já que provoca medo aos manifestantes. O tempo passou e o clima de tensão e extremismo não.

Foi possível observar que entre as entrevistadas do sudeste do país ficou uma lembrança mais romantizada do movimento #EleNão, em suas narrativas, elas colocam-se enquanto personagens que participavam de um momento ímpar na história do Brasil. Quando questionadas se foram perseguidas durante a organização do evento ou se tiveram medo de sair de casa com adereços que mostravam visivelmente que eram contrárias ao candidato, a maioria afirmou que não foi perseguida diretamente e que no dia do ato não conseguiram enxergar se houve algum tipo de violência, seja ela de cunho verbal ou físico, pois estavam sempre em conjunto. No dia do ato criaram mecanismos de defesa, como o uso de apitos, andar na companhia de outras mulheres, e essas estratégias foram compartilhadas nas redes sociais e utilizados pelo movimento em todo o Brasil.

As entrevistadas acreditam que se não houvesse a mobilização que se culminou com o ato do dia 29 de setembro não haveria uma reflexão possível da sociedade civil sobre o quanto a candidatura de Jair Bolsonaro representava a opressão e o preconceito contra as minorias sociais. Para elas, a manifestação contribuiu para que o candidato fosse enfraquecido e não levasse as eleições em primeiro turno.

O fato das eleições terem ido para segundo turno acendeu a esperança de que a oposição a Bolsonaro poderia vê-lo e assim as mulheres que arrastaram milhões de pessoas para as ruas com o #EleNão continuaram o trabalho e construíram novos mecanismos para derrubar o candidato. Sucedendo-se assim outras manifestações e discussões políticas levadas para a população de todo Brasil. Essa segunda articulação foi

---

chamada de “Vira Voto”. Cujo objetivo principal era eleger a pessoa que disputava com Bolsonaro.

O movimento #EleNão foi importante para a articulação de demandas e de reivindicações por mudanças a partir das experiências das mulheres para que fossem vistas e respeitadas. Nota-se que este movimento foi único e aconteceu de forma horizontal pois não havia uma pessoa ou grupo organizado, mas de mulheres indignadas que procuraram uma forma de manifestar contra todos os retrocessos e preconceitos que a candidatura de Jair Bolsonaro representava, a partir dos discursos de ódio contra mulheres, negros, LGBTQIAP+ e indígenas. A *hashtag* é utilizada ainda hoje como um meio de sinalizar a oposição ao governo de Jair Bolsonaro. Isso mostra que esse movimento não ficou na história, ele se faz presente como um ato de revolução.

O que observamos também a partir das entrevistas é que a força do movimento não foi noticiada de maneira satisfatória pela mídia tradicional. Não se deu a mesma projeção que foi dada a outras manifestações, como é o caso das manifestações de apoio ao candidato. Dessa forma, os veículos tradicionais contribuíram para uma desinformação com informações distorcidas, silenciamento, apagamento do que realmente aconteceu no movimento.

E isso foi comprovado a partir dos dados de outra parte da pesquisa que realizamos em que comparamos a quantidade de matérias veiculada pela mídia tradicional, a partir dos jornais impressos de três capitais do Nordeste e três do Sudeste, bem como em quatro plataformas noticiosas alternativas de mais acesso e repercussão no país, desde o lançamento da manifestação nas redes sociais, até uma semana após o acontecimento. Observamos nessa parte da pesquisa que houve maior interesse da mídia alternativa, especialmente antes ato.

### **Considerações finais**

O presente trabalho traz algumas reflexões sobre um estudo sobre construção do movimento #EleNão a partir da percepção das vozes ativas de lideranças feministas de três capitais do Nordeste e três do Sudeste do Brasil, e sobre a midiaticização do ato contra Jair Bolsonaro, desde o ataque à página “Mulheres Unidas contra Bolsonaro”, no Facebook, até a efetivação do ato, em 29 de setembro de 2018.

Os principais resultados obtidos na pesquisa com os dados analisados e levantados até o momento mostram que o #EleNão foi o movimento histórico responsável por unificar e impulsionar a pauta feminista e suas vertentes das redes sociais para as ruas de todo o Brasil, unindo além das mulheres vários movimentos sociais em torno de uma pauta: o repúdio a candidatura de Jair Bolsonaro. Este que se mostrou desde de sempre misógino, racista, LGBTfóbico e elitista. Notou-se que a região sudeste não sentiu uma pressão muito grande no que toca a perseguição de pessoas favoráveis à Bolsonaro.

A força do movimento ainda está presente nas mulheres que começaram a perceber a importância das pautas feministas, e no uso da *hashtag*, o #EleNão ainda é utilizado para sinalizar a oposição ao atual governo de Jair Bolsonaro. Isso mostra que esse movimento não só ficou para história, mas está presente até hoje. Por fim, pode-se afirmar que o ato do dia 29 de setembro de 2018 foi um dos maiores do país, com um tremendo impacto histórico, social e político. Sendo liderado exclusivamente por mulheres de várias classes e raças de maneira horizontalizada e plural.

A pesquisa observou a partir das entrevistas realizadas que o movimento foi singular e aconteceu de forma horizontal. Além de uma *hashtag*, o movimento #EleNão mostrou a força das mulheres e do movimento feminista na luta contra o conservadorismo instaurado pelos discursos de ódio a mulheres, negros, LGBTQIA+ e indígenas do então candidato e atual presidente do país.

## Referências bibliográficas

BBC NEWS BRASIL. #EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>. Acesso em 19 julho. 2022.

FONSECA, N. 2017. Ciberespaço de protagonismo feminino: discurso e inteligência coletiva. **Revista Temática**, Ano XIII, n. 08, NAMID/UFPB, Agosto/2017. Disponível em <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/35744>. Acesso em 18 julho 2022.

GONZÁLEZ-BAILÓN, S. et al. The dynamics of protest recruitment through an online network. **Scientific Reports** 1, 2011; Article number 197. DOI: 10.1038/srep00197. Disponível em: <http://www.nature.com/articles/srep00197>. Acesso em: 18 jul. 2020.

HOLLANDA, H. B. **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Companhia da Letras, 2018

---

MIGUEL, L. O feminismo e a política. In: MIGUEL, L.; BIROLI, F. **Feminismo e Política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014

MILHOMENS, L. **Entendendo o ciberativismo sem-terra na nova esfera pública interconectada**. 2009, Dissertação (mestrado em Comunicação) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2009

NASCIMENTO, Emanuel Angelo. Nos fios do dizer: Entre o protesto, o político e os diferentes espaços de enunciação. **De Letra em Letra**, v. 6, n. 1, p. 49-57, 2019.

SARMENTO, R. **Das sufragistas às ativistas 2.0: feminismo, mídia e política no Brasil (1921 a 2016)**. 2017. Tese (Doutorado em Ciência Política). Programa de Pós-Graduação em Ciência Política, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais.

VEGH, S. **Classifying forms of online activism: the case of cyberprotests against the World Bank**. In: MCCAUGHEY, M., AYERS, M.D. (ed.). *Cyberactivism: online activism in theory and practice*. London: Routledge, 2003.