

#EleNão: O que foi o movimento e quem eram as mulheres manifestantes contrárias ao presidenciável Jair Bolsonaro em 2018

Luiza Raquel Waulczinski[1]

RESUMO
Este pretende apresentar os resultados obtidos até o momento na pesquisa de mestrado de mesmo título, que busca compreender o Movimento Ele Não, mobilização realizada principalmente pelas mulheres durante a eleição para presidente no Brasil em 2018, que eram contrárias ao candidato Bolsonaro (PSL). O movimento surgiu principalmente por meio do grupo do Facebook "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro", por conta das declarações do presidenciável, que se demonstravam machistas, misóginas, racistas, homofóbicas e xenofóbicas. Desta forma, trataremos os locais onde ocorreram as manifestações: as mídias sociais e as ruas, e também, sobre uma parte de nosso arcabouço documental: o formulário de pesquisa, as postagens nas mídias sociais.

PALAVRAS-CHAVE: #EleNão; mídias sociais; manifestações; internet; mulheres.

CORPO DO TEXTO

Este resumo desenvolveu-se dos resultados obtidos até o momento do projeto de mestrado "#EleNão: O que foi o movimento e quem eram as mulheres manifestantes contrárias ao presidenciável Jair Bolsonaro em 2018", que busca compreender o Movimento Ele Não, também conhecido como #EleNão, que se fez presente e teve maior adesão nas eleições para presidente no Brasil no ano de 2018.

O Movimento Ele Não se iniciou e expandiu por meio das redes sociais, principalmente em um grupo de Facebook nomeado "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro" (MUCB) criado por Ludimilla Teixeira, uma publicitária baiana, aos 31 de agosto de 2018. A ideia era conscientizar e se manifestar contrariamente ao presidenciável Jair Messias Bolsonaro (PSL), que até o momento era ex militar e deputado federal pelo Estado do Rio de Janeiro. A rejeição se deu pelas declarações misóginas, sexistas, racistas e homofóbicas, assim como, pelas declarações contra a democracia que ele fez tanto nos anos políticos como parlamentar, da mesma forma, que continuou fazendo após a oficialização da sua candidatura.

A partir disso brasileiras residentes no Brasil como ao redor do mundo, se organizaram em torno de um único grito nas em mais de 300 cidades e que foi difundido nas redes sociais como hashtag: #EleNão. As manifestações ocorreram com maior adesão entre 29 de setembro de 2018 e 20 de outubro do mesmo ano. Os

[1]Mestranda em História na Universidade Federal de Santa Catarina. E-mail: luizaraquelw@hotmail.com.

pronunciamentos de Bolsonaro e as chances de ele obter mais poder fizeram com que a resistência se mobilizasse, isto porque, quando há possibilidade de aumentar o poder é provável que haja maior resistência, assim, a todo tempo se vai da dominação a rebelião e da rebelião a dominação (FOUCAULT, 2003).

O *Movimento Ele Não* se encaixa na Quarta Onda do feminismo, que é a que estamos vivendo desde 2012 e é caracterizada por grandes manifestações de rua, e pelo uso intenso de recursos da internet e das redes sociais (Castro & Abramovay, 2021).Os marcadores dessa onda são luta contra a discriminação no trabalho, feminicídio, igualdade de gênero e outros. Nessa onda, encaixa o *Movimento Ele Não*, que por mais que não tenha sido realizado apenas por feministas, foi também realizado por elas e colocado como organizado por elas por quem era contra o movimento, no sentido pejorativo da utilização de feminista. Pensando nas mulheres como protagonistas do movimento, mobilizamos a categoria mulheres para compreender os sujeitos que se fizeram presentes. Lembramos que na Primeira Onda, no final do século XIX e início do XX destaca-se o sufrágio feminino e liberdade civil, política e educativa (Pedro & Barletto, 2019); na Segunda Onda em 1960 e 70 destaca-se a luta contra o patriarcado com o slogan “o pessoal é político” e também é polarizada a categoria mulheres (Scott, 1995; hooks, 2018; Pedro & Rosalen, 2023); já na Terceira Onda, no final de 1980 e início de 1990, surgem novas correntes e teorias feministas, como a interseccionalidade e o debate de gênero (Pedro, 2011).

Além de se encaixar na Quarta Onda, o #EleNão também pode ser visto como parte dos novos ou novíssimos movimentos sociais que são caracterizados no Brasil depois das Jornadas de Junho de 2013. Essa nova categorização de movimentos sociais se deu pelo uso da internet e das ocupações dos espaços urbanos, não tendo a mídia - televisão, jornal, rádio - papel indispensável, pois, a comunicação ocorre de outra forma, sendo que as redes sociais potencializam as bandeiras e as forças dos protestos (Santiago, 2016).

Quando olhamos para o #EleNão precisamos perceber que é uma manifestação das vidas reais e das redes. Antes do uso da internet ou ainda quando era possível ficar offline, nossas vidas eram diferentes, as organizações, mudanças, ocorriam de outras formas, porém com a internet se tornado dia após dias mais acessível, nossa vida que primeiro separava-se de online e offline, hoje, é a mesma. Estamos o tempo inteiro conectados, seja em aplicativos de comunicação, mídias

sociais, marcando uma consulta, pedindo um carro em aplicativo de corrida e em tantas outras demais situações cotidianas.

Em 2018, as redes sociais já eram usadas amplamente no Brasil e desde 2013, manifestações se organizavam nela, como citado anteriormente. Essa pesquisa, utilizando a internet faz parte de novas pesquisas que buscam compreender as ações das pessoas nas mídias sociais, e quando falamos disso temos que ter em mente que essas mídias não são mais democráticas que as tradicionais, pois nesse espaço também tem relações de poder, sendo a corporação *Meta* - *Facebook, Instagram* e *WhatsApp* - e o *X*, as corporações mais ricas do capitalismo moderno, concentrando a maior parte de navegação e comunicação online (Finger, 2021). Deste modo, nessa organização estiveram sempre presentes os aspectos da colonização, a internet que chega com a proposta de reduzir as diferenças, de ser um meio de interações, passa a ser um espaço "permeado pelo racismo, pelo sexismo, pela transfobia, pelo antropocentrismo especista, etc" (Faustino e Lippold, 2023, p. 28).

Para trabalhar com a internet foi necessária uma etnografia digital e se faz necessário estudar não apenas na internet, mas a internet (Cesariano, Walz e Balistieri, 2023). Na etnografia digital ainda se fazem presentes o tradicional da etnografia: a escrita textual, mas para além dessa, há a presença de vídeos, imagens e outras combinações que ganham espaço (Miller et al., 2019). Assim, nossa análise Há alguns problemas metodológicos a serem levados em consideração, como das redes se dá de diferentes espaços e modos.

Por vezes ocorre a falta de autoria em posts: textos, imagens e vídeos; a necessidade constante de printar e arquivar informações, por a qualquer momento ela poder ser excluída das redes. Mas esses problemas, de diferentes formas, também são encontrados em outros materiais de pesquisa (Prado, 2021).

Para além das redes, abrimos um questionário na plataforma *Google Forms* para participantes do #EleNão, que nos auxiliaram no quanti-quali. O questionário está aberto para resposta desde junho de 2024 e foi divulgado através das mídias sociais em um efeito de "bola de neve".

O formulário de pesquisa divide-se em 4 sessões. Na primeira sessão buscamos localizar os sujeitos em seus espaços geográficos e sociais, portanto perguntamos onde ele residia durante as manifestação e também qual o seu gênero, além do termo de consentimento para a utilização das respostas do formulário. Na

segunda sessão focamos nas mídias sociais, portanto perguntamos quais as redes sociais utilizadas pelo sujeito em 2018 e em quais se manifestou contrariamente ao presidenciável, assim como, perguntamos a respeito de quais *hashtag* utilizou, sua experiência e se sofreu algum ataque de ódio nas redes, finalizamos essa sessão perguntando como o sujeito percebeu o movimento e se acha que influenciou nas urnas. Na terceira sessão perguntamos a respeito das ruas, se no município da pessoa aconteceu, se ela participou em seu município ou em outro, se ajudou a organizar, também perguntamos nesta sessão, assim como na anterior qual foi sua experiência nesse espaço, se foi vítima de discurso de ódio ou ameaças e como influenciou nas urnas. Na segunda e terceira sessão temos uma campo de anexação, não obrigatória, para os participantes da pesquisa anexarem imagens que marcaram sua manifestação, tanto nas redes como nas ruas. Na quarta e última sessão, que chamamos de “Ele Não no geral” perguntamos sobre a mídia hegemônica, o que levou a pessoa se mobilizar, como se sentiu fazendo parte do movimento, qual emoção marcou e qual foi a principal contribuição do movimento nas eleições de 2018.

Nesse resumo optamos por utilizar as categorias sujeitos e pessoas para não fazer uma generalização com mulheres, já que diferentes gêneros responderam o questionário. Porém, como não há espaço para debater as categorias, escolhemos o menos generalizante no momento, mas levamos em consideração que até o momento - início de março de 2025 - 90,2% das respostas do questionário foram fornecidas por mulheres cisgênero.

Assim, durante a apresentação na comunicação demonstraremos essa parte técnica do formulário e apresentaremos dois posts das redes sociais que foram marcantes e quatro respostas do questionário, duas sobre as redes e duas sobre as ruas, para discutirmos o que foi o movimento e como as participantes atuaram/sentiram.

O intuito é fazer uma breve análise dessas fontes que mobilizem a pensar o Movimento Ele Não dentro da Quarta Onda do Feminismo e dos Novos Movimentos Sociais, assim como, a perceber a colonização presente nas redes e como é um campo de atuação difícil para militantes da esquerda, já que o algoritmo não é neutro e está a serviço de grandes corporações.



Deste modo, a presença das mulheres como organizadoras e participantes do #EleNão nos mostra a importância de se organizar na rede e nas ruas e como isso acontece por necessidade de assegurar direitos que a extrema direita é contra.

Pode ser que o #EleNão não teve o que desejado se percebermos pelo lado que Bolsonaro se elegeu em 2018, porém, foi a maior manifestação brasileira realizada e conduzida por mulheres até a atualidade - 2025. Também foi a primeira eleição, desde o início da democracia brasileira a ter votos divididos por gêneros, isto é, Bolsonaro ganhou a eleição por maioria de votos de homens, em decorrência de que a quantidade de mulheres que votou nele não seria suficiente para elegê-lo (Nicolau, 2020).

Ao analisarmos os posts e as respostas do formulário conseguimos mapear e analisar quais as principais motivações e reivindicações do movimento que levaram à essa disparidade na urna e compreender a importância do movimento na contemporaneidade.

Referências:

CASTRO, M. G. (2021). Quarta onda ou um Feminismo Maremoto? Significados do "#ELE NÃO" nas ruas do Brasil. **Juventude.Br,** (17), 23–31. Recuperado de https://juventudebr.emnuvens.com.br/juventudebr/article/view/190. Disponível em: https://juventudebr.emnuvens.com.br/juventudebr/article/view/190/184.

Cesarino, Letícia, Walz, Silvia e Balistieri, Tatiana. – Etnografia na ou da internet? Desafios epistemológicos e éticos do método etnográfico na era da plataformização. In: Siqueira, Isabel Rocha de. e Costa, Vitor de Souza (orgs). **Metodologia e Relações Internacionais** – Vol. 4. Rio de Janeiro: Editora Puc Rio, 2023. Disponível em: https://www.editora.puc-rio.br/media/Metodologia%20e%20RI-V4-P4.pdf

FAUSTINO, Deivison; LIPPOLD, Walter. **Colonialismo digital: por uma crítica hackerfanoniana.** São Paulo: Boitempo, 2023.

FINGER, Vinícius. (2022). História, Mídia Digital e Anti-Ciência: a quimera narrativa do canal Brasil Paralelo. **Historiæ,** 12(2), 83–104. Recuperado de https://furg.emnuvens.com.br/hist/article/view/13477

FOUCAULT, Michel. Poder e saber. In: FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos vol. IV: estratégia, poder-saber.** Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003 [1994], p. 223-240.

hooks, bell. **O feminismo é para todo mundo:** políticas arrebatadoras. Rosa dos tempos, 2018.



MILLER, D. et al. **Como o mundo mudou as mídias sociais**. London: UCL Press, 2019.

MOREIRA, Alena; ALVES, Gabriela Santos. #EleNão: Movimento de mulheres no território digital e as eleições de 2018. Centro de Artes. In: **V Seminário de comunicação e territorialidades**. Comunicação, Democracia e Direitos Humanos.

NICOLAU, Jairo. **O Brasil dobrou à direita.** Uma radiografia da eleição de Bolsonaro em 2018. Rio de Janeiro, 2020.

ROSALEN, Eloisa; PEDRO, Joana Maria**.** Os debates historiográficos sobre os feminismos da "segunda onda" na contemporaneidade. **Revista Feminismos,** v. 11, p. 1-28, 2023. Disponível em: https://periodicos.ufba.br/index.php/feminismos/article/view/57407.

PEDRO, Joana Maria. Relações de gênero como categoria transversal na historiografia contemporânea. **Topoi**, v. 12, n. 22, jan.-jun. 2011, p. 270-283.

PEDRO, Joana Maria e BARLETTO, Marisa. Movimentos feministas e academia: tensões e alianças. **Revista Feminismos,** v. 7, p. 1-16, 2019. https://portalseer.ufba.br/index.php/feminismos/article/view/31863.

PRADO, Giliard da Silva. Por uma história digital: o ofício de historiador na era da internet. **Tempo e Argumento**, Florianópolis, v. 13, n. 34, e0201, set./dez. 2021, p. 1-35. http://dx.doi.org/10.5965/2175180313342021e0201.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade.** 20(2): 71-99. Jul/dez. 1995.