

**“Can We Do It?”: UM ESTUDO NETNOGRÁFICO EM GRUPOS DO FACEBOOK SOBRE O CIBERATIVISMO FEMININO NA CAMPANHA ELEITORAL 2018**

**CIBELY RIBEIRO NUNES**

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)

**GEISE OLIVEIRA RAMOS**

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)

**KATHIANE BENEDETTI CORSO**

FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA - UNIPAMPA (UNIPAMPA)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à FAPERGS e ao CNPQ, entidades financiadoras das Bolsas de Iniciação Científica.

# **“Can We Do It?”: UM ESTUDO NETNOGRÁFICO EM GRUPOS DO FACEBOOK SOBRE O CIBERATIVISMO FEMININO NA CAMPANHA ELEITORAL 2018**

## **1. INTRODUÇÃO**

A maneira de comunicação entre os indivíduos e o mundo sofreu uma expressiva mudança no final do milênio com a incorporação das mídias digitais no cotidiano das pessoas (MISKOLCI, 2011), influenciando-as e agrupando-as com as mesmas percepções, atitudes e comportamentos (VINERIAN et al., 2013). As redes sociais na internet, como por exemplo o Facebook, deram voz às pessoas, ou seja, os indivíduos encontraram um espaço para expressar suas manifestações políticas, comerciais e opiniões, formando associações e comunidades de pessoas segundo seus interesses em comum (SILVA; BUCKSTEGGE; ROGEDO, 2018).

Com a comunicação na web ganhando cada vez mais presença na vida dos indivíduos, as trocas de informações e discussões online estão adquirindo importância na vida de cada um, permitindo inclusive uma nova forma de fazer política (GUZZI, 2010). Um fator como esse permite que sejam realizadas mobilizações online por parte dos eleitores, podendo potencializar campanhas eleitorais de seus candidatos, sejam elas presenciais, digitais, individuais ou coletivas (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011).

No ano de 2018 o período eleitoral do Brasil foi marcado por uma grande mobilização online por parte dos eleitores, cada um defendendo seu candidato, seus direitos, opiniões e valores nas redes sociais, dando destaque ao movimento feminista que foi quem deu início às mobilizações, reunindo mais de 3 milhões de mulheres em um grupo criado no Facebook.

Esses fatores causaram encontros e manifestações presenciais, além de permitir aos demais eleitores uma maior reflexão sobre cada candidato, e isso se deu porque segundo Martino (2014, p. 28) “quanto mais o ciberespaço se expande, maior o número de indivíduos e grupos conectados gerando e trocando informações, saberes e conhecimentos”. Diante do cenário trazido pelos autores e das mobilizações digitais ocorridas durante o período eleitoral de 2018 no Brasil, definiu-se o seguinte problema de pesquisa: Como as redes sociais contribuem e fortalecem movimentos ciberativistas?

Assim, este estudo teve como objetivo geral compreender como as redes sociais contribuem e fortalecem movimentos ciberativistas feministas. Para atingir este objetivo estabeleceu-se como objetivos específicos:

- a) Traçar o perfil das mulheres ciberativistas do período eleitoral de 2018 no Brasil;
- b) Conhecer quais as motivações ciberativistas dessas mulheres ao apoiar ou não as hashtags #EleSim e #EleNão.

Alguns estudos sobre ciberativismo em eleições já foram estudados como o de Medeiros (2011) focando no ciberativismo, na democracia e na globalização, como também Moraes, Cappelozza e Meirelles (2014) ao realizarem um estudo sobre a utilização das redes sociais para participação nos protestos. Os adotantes do movimento feminista também tem encontrado na internet espaço para manifestar-se, tornando-se também alvo de estudos como o de Valente e Neris (2018) que estudaram o papel e o impacto do ativismo feminista online no Brasil.

Esse estudo se difere dos demais por ter como amostra eleitores brasileiros do período eleitoral que mais teve presença e influência da internet. Os eleitores do ano de 2018 no Brasil foram os mais conectados à internet do que qualquer período eleitoral anterior no país, e isso justificou a escolha do tema deste estudo, despertando o desejo de compreender até que ponto

os eleitores e também os candidatos poderiam chegar usando a internet em função de suas posições políticas.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

“O ciberespaço tornou-se uma ágora eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques” (CASTELLS, 2003).

### **2.1 Redes Sociais: suas possibilidades no âmbito da política**

Ao que pode-se indicar a palavra ciberespaço foi usada pela primeira vez no livro *Neuromancer*, de William Gibson em 1984, referindo-se a espaço material ao qual os seres humanos eram conectados através de aparelhos eletrônicos (MARTINO, 2014). Com conexão de tecnologias às inter-redes, esse movimento cultural cresceu exponencialmente, principalmente com a invenção de computadores pessoais que caracterizaram a infra-estrutura do Ciberespaço, inovaram a comunicação e estruturaram um novo campo da informação e conhecimento (LÉVY, 1999).

Logo, há a possibilidade de observar o surgimento de um campo online e offline com a inserção da tecnologia no dia a dia das pessoas. No quesito campo online, os novos dispositivos ligados às inter-redes criaram redes de interação e conexões (nós) entre os usuários (atores) da mesma, intituladas de comunidades online. O termo foi desenvolvido por Howard Rheingold (1993) e Roxanne Hiltz (1984), pioneiros no desenvolvimento de pesquisas no ambiente online, porém Hiltz (1984) situa essas comunidades mais para a área de trabalho do que lazer.

Ao contrário de Rheingold (1993, p. 3) que desenvolveu o termo útil “comunidade virtual” e descrevia a mesma como “discussões públicas por tempo suficiente, com suficiente sentimento humano para formar redes de relacionamento pessoais no ciberespaço, onde as pessoas trocam gracejos e discutem e envolvem-se em discursos intelectuais, fazem planos, fofocam, brigam, flertam (...)” (*apud* KOZINETS, 2014). Para Fragoso, Recuero e Amaral (2011) há o entendimento da internet como um artefato cultural compreendendo a existência de diferentes significados culturais em diferentes contextos de uso, sendo um ambiente multifacetado, além de trazer a percepção de um campo na qual as fronteiras entre o online e offline são fluidas e ambos se relacionam.

Dentro do campo internet e das comunidades virtuais encontram-se os websites de redes sociais que são caracterizados por Kozinets (2014) como serviços de comunicação com proposta de interação entre páginas individuais, grupos de interesses e comunidades. Essa interação online pode-se dar por meio da identificação do usuário através de imagens, postagem de links, fotos e troca recíproca, entre os membros, de mensagens em correio eletrônico.

Para Recuero, Fragoso e Amaral (2011) as conexões (nós) dadas pelos websites são interações construídas entre atores, como comentários e mensagens trocadas e também aquelas que são “mantidas e proporcionadas pelo sistema” intituladas como redes emergentes e também o ato de “adicionar” alguém na lista de amigos da sua rede social, denominadas (redes de filiação ou associação). Quanto ao uso dessas redes sociais, há a possibilidade de situá-las em duas categorias: (a) para uso instrumental, focado apenas na busca de informações e (b) para uso sob ritual, referindo-se para o uso de distração e entretenimento. Além disso, revelou-se que essas categorias implicam em diferentes resultados cognitivos e emocionais que justificam o uso das redes sociais. (DE MORAES; CAPPELLOZZA; MEIRELLES, 2014).

Do grande uso da internet emergiu a chamada “sociedade da informação”, possibilitando às pessoas o acesso à informação e ampliando a participação democrática dos cidadãos (ABREU; PINHO, 2013). Para Medeiros (2011) a ascensão de um novo modelo de comunicação multidirecional, em oposição ao anterior unidirecional, possibilitou que a informação através das mídias massivas, anteriormente produzida por poucos produtores e consumida por muitos receptores sem influência direta no conteúdo, passasse no novo ambiente de mídias a ter todos como produtores de conteúdo em potencial e criadores de espaços que antes não possuíam visibilidade pela grande mídia, assim ampliando locais para críticas e expressão e tornando as mídias sociais mais democráticas do que as mídias massivas.

Para Castells (2017) os movimentos sociais em rede apresentam características similares entre si e compartilham dois fatores decisivos: o primeiro é uma crise fundamental de legitimidade no sistema político, sendo o regime autoritário ou democrático. A segunda característica defendida pelo autor é a capacidade de comunicação autônoma, a habilidade para se conectar com seus participantes e a sociedade como um todo pela nova mídia social, por intermédio de smartphones e toda a galáxia de redes de comunicação.

As redes sociais, ao permitir que seus usuários manifestem suas opiniões e pensamentos livremente, alavancaram a capacidade de criação de comunidades incluindo as de cunho político e democráticas, e a relação entre a democracia e o digital abriu as portas para vários termos como democracia digital (ou ciberdemocracia), ciberativismo entre outros (ABREU, 2011).

## **2.2 Ciberdemocracia: Ciberativismo nas Redes Sociais**

Atualmente as redes sociais são consideradas instrumentos que permitem flexibilidade e instantaneidade na troca e propagação de ideias e que fundem-se às variáveis individuais, como atitudes, valores e crenças, e a capacidade para criar e manipular símbolos e comunicação que estimulam a construção de identidades compartilhadas (DE MORAES; CAPPELLOZZA; MEIRELLES, 2014). Em comparação a primeira geração da Web, onde os sites eram unidades isoladas, a web 2.0 modificou e proporcionou relações dinâmicas entre receptor e o emissor gerando facilidade para a criação de conteúdo e podendo haver inversão dos papéis frequentemente (OLIVEIRA; DICKSON, 2016).

Logo, começou a surgir um movimento híbrido do ativismo comum com o espaço virtual, denominado ‘ciberativismo’ ou ‘ativismo virtual’, descrito por Da Silveira (2010) “um conjunto de práticas em defesa de causas políticas, socioambientais, sócio tecnológicas e culturais, realizadas nas redes cibernéticas, principalmente na Internet”, podendo ser compreendido também como movimento político com objetivo de alcançar metas ou lutar contra injustiças que ocorrem na rede (GURAK, LOGIE, 2003; MCCAUGHEY, AYERS, 2003 *apud* RIGITANO, 2003)

Historicamente, o primeiro movimento ciberativista expressivo aconteceu em 1994 no Sul do México, denominado *Electronic Disturbance Theater*. Esse pequeno grupo, organizou movimentos pacíficos online (*sit-ins*), intitulado *Project SWARM*, contra o governo mexicano e em apoio aos zapatistas, no qual utilizaram um *software* denominado *floodnet* desenvolvido por eles mesmos (WRAY, 1998).

Para Castells (2017) movimentos semelhantes que surgiram em todo o mundo, tiveram origem em “crise econômica estrutural e numa crise de legitimidade” profundas. Além disso, Castells (2017) cita que esses movimentos sociais em rede podem ser impulsionados “quando as sociedades falham na administração de suas crises estruturais pelas instituições existentes” fazendo com que a mudança só possa ocorrer fora do sistema mediante a mutação das relações de poder, que “tem início na mente das pessoas e se

desenvolve em forma de redes construídas pelos projetos de novos atores que constituem a si mesmos como sujeitos da nova história em processo.” Logo a internet torna-se fundamental para impulsionar a construção social da autonomia.

No caso do Brasil, o cenário dos movimentos sociais em rede começou a tomar relevância em meados de 2013. No fim do ano de 2012, o país teve como ponto inicial o debate sobre o transporte coletivo urbano, onde descobriu-se que havia fraudes no cálculo da tarifa do transporte público, logo no dia 1º de janeiro de 2013, convocados através das redes sociais, centenas de pessoas manifestaram-se contra o aumento do preço das passagens em Porto Alegre, que virou cidade símbolo para a mudança social contemporânea. Logo, esse movimento se espalhou em outros estados, incluindo Amazonas, Rio Grande do Norte e Bahia (CASTELLS, 2017). No dia 6 junho houve mais protestos coordenados e organizado via internet pelo MPL, pelo grupo *Anonymous* e pela Mídia Ninja no qual pediam a gratuidade do transporte público (CASTELLS, 2017).

Outros dois movimentos que se destacaram como representação da transformação do poder social articulado pelas plataformas digitais foram: a manifestação de hologramas na Espanha em 2015 e a obra de arte *Fearless Girl* (Menina destemida) em *Wall Street* em 2017. Diante disso, percebe-se que os ativistas encontram na web 2.0 “um instrumento democrático, potencialmente expansivo e rizomático” (DINIZ; CALEIRO, 2011), salientando também que o ativismo é uma forma legítima e fundamental na dimensão de participação política nas sociedades democráticas (MAIA; GOMES; MARQUES, 2011).

### 3. MÉTODO

Esta pesquisa tem caráter exploratório, levando em consideração a afirmação de Munaretto, Corrêa e Cunha (2013, p.10) “na pesquisa exploratória, busca-se conhecer, mais profundamente, o tema abordado, de modo a torná-lo mais claro”. A pesquisa foi realizada através de uma abordagem quantitativa e qualitativa, utilizando-se do método da netnografia descrito por Kozinets (2014). A netnografia consiste em um método semelhante a etnografia, diferindo-se no seu campo de pesquisa, adaptando as técnicas etnográficas usuais do método para a pesquisa das interações e comunicações humanas online mediadas pelas tecnologias de informação (KOZINETS, 2014).

Para a realização de uma netnografia, Kozinets (2014) propõe como primeiro passo a definição da comunidade online a ser pesquisada. O segundo passo é a identificação do responsável e/ou administrador da comunidade online escolhida, para solicitar a entrada do pesquisador. Após isso, o pesquisador irá para a etapa de observação e coleta de dados, seguido pelo quarto passo representado pela interpretação e análise das informações coletadas pela observação e/ou interatividade com a comunidade escolhida. E por fim haverá o relato, apresentação e discussão dos resultados da pesquisa.

Ao ser definido o tema pelas pesquisadoras, despertou-se ideias e objetivos para tratar o ciberativismo e feminismo nas eleições que ocorrem no país. Para a escolha da comunidade, fórum ou blog, Kozinets (2014) sugeriu que fossem evitados websites que já tenham sido pesquisados de maneira demasiada ou que tenham uma imagem negativa relacionada às pesquisas feitas anteriormente.

Diante disso, observou-se que o país encontrava-se em um cenário de mudanças políticas, e os grupos “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” e “Mulheres Unidas com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” surgiram instantaneamente, com mulheres manifestando comportamentos relacionados ao tema escolhido para a pesquisa, e ainda não haviam sido alvo de outros estudos. Ambos surgiram em meados de agosto de 2018 com intuito de discutir e apoiar certo candidato que disputaria a presidência no período, intitulado como “Mulheres

Com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” e outro grupo “Mulheres unidas contra Bolsonaro” que se contrapunham ao presidencial e seus ideais.

Na primeira etapa da coleta de dados desenvolveu-se a diretriz de dados arquivais que consiste na premissa de Kozinets (2014, p.101) de que esses dados não são afetados pelas ações do netnógrafo. Seguidamente, as pesquisadoras analisaram as regras, publicações e descrições de ambos os grupos. Na segunda etapa, efetuou-se a coleta de dados extraídos, conforme descrito por Kozinets (2014) como uma forma de extração em que os pesquisadores intervêm na produção de conteúdo, informação e interação.

Com isso, no dia 04 de outubro de 2018, foi efetuado contato com os responsáveis pelos grupos para que fossem aplicados questionários com objetivo de adquirir informações que dessem subsídios para alcançar os objetivos propostos. A permissão foi concedida sem necessidade de esforço maior. Em ambos os grupos foram feitas as mesmas perguntas para que pudessem ser obtidas informações relacionadas com o perfil dos membros.

Os questionários em formato de link via Google Forms foram divulgados por meio de postagens nos grupos, convidando os membros a responderem as perguntas, explicando que se tratava de pesquisa acadêmica e sem cunho eleitoral e político, bem como através de comentários feitos pelas pesquisadoras com os links dos questionários em publicações dos membros dos grupos estudados. No questionário houve algumas peculiaridades, foram feitas também as mesmas perguntas relacionadas com os objetivos da pesquisa, mas diferenciando para cada hashtag usada pelo grupo. No caso do grupo a favor do presidencial “Mulheres com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” as questões eram feitas e usava-se a hashtag #EleSim e no grupo “Mulheres contra Bolsonaro” a hashtag era #EleNão.

Na sequência iniciou-se a coleta de informações com membros de ambos os grupos escolhidos aleatoriamente, através de uma entrevista semiestruturada contendo 8 perguntas e que não terão suas identidades reveladas. No grupo “Mulheres com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” foram contatadas 53 mulheres entre os dias de 01/11/2018 e 21/12/2018, na qual se obteve o retorno de 9 pessoas, sendo 8 aceitando participar da entrevista e 1 recusou-se a participar. Durante esses dois dias e o processo de conversar e aplicar a coleta de dados, apenas 6 mulheres responderam todas as perguntas, as outras 3 mulheres responderam apenas 2 ou 3 perguntas e recusaram-se a finalizar toda entrevista. Os nomes usados neste estudo para expor alguns trechos das entrevistas são fictícios.

Além das entrevistas e questionários, as pesquisadoras utilizaram-se da técnica de observação participante que pode ser abordado por Pawlowski et al. (2016) como a maneira em que o observador participa ativamente das atividades e também participa de forma passiva observando a interação entre os integrantes do grupo. A posição do pesquisador pode se adequar conforme a situação. Com isso, as pesquisadoras efetuaram observações sobre o comportamento dos indivíduos e suas interações com os demais integrantes e comentavam publicações do grupo e também fez-se postagens para que despertasse as manifestações de ciberativismo.

Nesse estudo, o viés ideológico político das pesquisadoras foi neutralizado a partir do momento em que ambas as pesquisadoras partiram de uma perspectiva teórica, da compreensão dos conceitos do fenômeno estudado.

A análise dos dados foi feita por meio da técnica de análise interpretativa. Os elementos que foram analisados foram os textos, postagens realizadas pelos membros dos grupos, entrevistas e estatística descritiva dos questionários aplicados em ambos os grupos. Através desses elementos coletou-se os dados que serão apresentados na seção a seguir.

## **4. ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **4.1 Perfil das mulheres ciberativistas no período eleitoral de 2018 do Brasil**

Os dois grupos estudados foram criados com o objetivo de permitir aos seus membros manifestar suas opiniões em relação às eleições do ano de 2018 e em relação aos candidatos e suas propostas. Através dos questionários aplicados foi possível mapear o perfil dessas mulheres em ambos os grupos, e somando o número de respostas obteve-se um resultado de 506 questionários respondidos, ou seja, 506 mulheres entrevistadas.

No grupo “Mulheres Com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” obteve-se 91 respostas, sendo que 100% das respondentes eram do sexo feminino, sendo 53,8% brancas, 13,2% pardas e o restante de outras etnias. 97,8% dessas mulheres eram heterossexuais e 2,2% bissexuais, e a faixa etária ficou entre 16 e 73 anos, com média de idade de 40 anos.

Quando questionadas sobre a escolaridade obteve-se o seguinte resultado: 23,1% possuem ensino superior incompleto, 22% tem ensino médio completo, 14,4% ensino fundamental incompleto, 14,3% ensino médio incompleto e o restante outros graus de escolaridade. Quanto às profissões que desempenham as respostas foram diversas: estudante, professora, autônoma, administradora, enfermeira, veterinária, dentista, donas de casa, dentre outras, resultando em uma média de renda mensal de R\$3.832,25.

As mulheres participantes do grupo eram de diferentes regiões do Brasil, e conforme os dados coletados, o estado do Rio Grande do Sul, seguido do estado de São Paulo, foram os lugares onde as respondentes mais residiam.

Apesar do grupo “Mulheres Com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” ter sido criado em defesa do candidato de direita, algumas respondentes do questionário declararam ser de esquerda: 91,2% das mulheres que responderam o questionário afirmaram ser de direita, 4,4% de esquerda, 2,2% disse que não tem vertente política, 1,1% declarou que não entende o que é direita e esquerda, e 1,1% afirmou que estava a favor do candidato que teria melhor solução para o país. Ou seja, grande parte das integrantes do grupo eram defensoras do candidato.

No grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” obteve-se 415 respostas, visto que o número de membros era vastamente maior que o do outro grupo. 99,8% das respondentes eram do sexo feminino, e em uma resposta foi marcado o sexo masculino (equivalente a 0,2%). Ao serem interrogadas sobre a orientação sexual foi possível descobrir que 85,3% eram héteros, 8,2% bissexuais, 6% homossexuais e 0,5% pansexuais, e a faixa etária de idade dessas mulheres era de 16 anos a 69 anos, com média de idade de 35 anos.

No caso da escolaridade, 26,5% das entrevistadas possuíam ensino superior completo, 22,9% ensino superior incompleto, 21,2% pós-graduação, 13,7% ensino médio completo, 8% mestrado e as demais apresentavam outros graus de escolaridade. 134 mulheres eram do estado de São Paulo, 51 de Minas Gerais, 47 do Rio Grande do Sul, 40 do Rio de Janeiro e o restante era de outras regiões do Brasil. Além disso, 12 mulheres residiam em outros países, sendo eles: Austrália, Reino dos Países Baixos, Espanha, Alemanha, Irlanda, Finlândia, Inglaterra, França, Itália, Portugal, Suriname e Áustria.

Apesar do grupo concentrar ideias majoritariamente de esquerda, foram apresentados resultados significativos de outros posicionamentos políticos: 77,3% identificavam-se com a esquerda, 4,9% direita, 4,8% centro-esquerda, 3,3% centro e 2,4% não se identificava com nenhuma vertente política ou também não se identificava com nenhuma vertente, mas estava ali porque não aceitaria Bolsonaro como presidente.

## **4.2 Motivações ciberativistas das apoiadoras da #EleSim**

O olhar netnográfico se deu nos grupos do Facebook. Nesses grupos as pesquisadoras realizaram a coleta de dados com capturas de tela, observações, entrevistas e questionários. Através desses dados pôde-se compreender e analisar os objetivos de cada grupo e as peculiaridades que ambos apresentavam, como a linguagem, a maneira como retrataram o presidenciável e as maneiras para alavancar o movimento pró e contra o mesmo.

Através da descrição do grupo “Mulheres Com Bolsonaro #17 (OFICIAL)” foi possível identificar a principal motivação para a criação maior de todo o conteúdo e principalmente do grupo: o apoio ao candidato Bolsonaro. Na apresentação, as mulheres chamavam o presidenciável como “Capitão Bolsonaro” e enfatizaram que não precisavam do feminismo e que defendiam Jair Messias como presidente do Brasil.

Além disso, associavam sua vitória como uma melhoria para o País atrelada a desmotivação, insatisfação e descrença que as mulheres tinham principalmente com o partido dos trabalhadores (PT) no qual o governo, eleito em 2014, era filiado. O Partido dos Trabalhadores (PT) manteve-se no poder durante 14 anos com dois mandatos de Luiz Inácio Lula da Silva (2003-2011) e também Dilma Vana Rousseff que, em dois mandatos, sucedeu Lula em 2011 e se manteve no poder até 2016 quando sofreu Impeachment.

O mesmo partido foi alvo de várias denúncias de corrupção pela Polícia Federal Brasileira (PF) na operação Lava-Jato<sup>i</sup>, uma das maiores investigações de lavagem de dinheiro e corrupção que teve início no dia 17 de março de 2014, segundo o MPF (Ministério Público Federal)<sup>ii</sup>. Esse ponto, pode ser observado nesse trecho de uma das entrevistadas, que ao ser questionada sobre a motivação de integrar-se ao grupo, afirmou:

“Bom, eu aderi ao grupo por que queria muito fazer campanha a favor de Bolsonaro. E fazer a diferença, ajudando a divulgar com seriedade e verdade tudo sobre Bolsonaro para ajudar na campanha e eleger-lo. Pois o considero do bem e grande patriota. E o PT não podia continuar no poder, devido aos inúmeros casos de corrupção, e o país corria risco de ser destruído de vez se PT fosse vencedor. E a situação era: agora ou nunca! Quando teríamos uma nova chance dessas? Em tirar o mal (PT) e colocarmos o bem (Bolsonaro)? Fiz e ainda faço minha parte em relação ao novo governo, e principalmente por nossa pátria, o nosso mundo! E não podia ficar inerte a tudo que estava acontecendo”. (MARIA)

Outra entrevistada também cita como motivo a corrupção:

“Quero um país justo, sem corrupção, onde todos os representantes trabalhem para o povo e não em benefício próprio. Bolsonaro será o candidato ideal para começar a extinguir a corrupção no Brasil”.

O Partido dos Trabalhadores (PT), que assumiu o governo até 2018, é citado como uma ‘facção criminosa’ por essa entrevistada e como um dos seus motivos para declarar apoio à Jair Messias Bolsonaro:

“Me permito com clareza em dizer que o PT é uma facção criminosa que quase abram com o meu Nordeste dando alguns benefícios mas roubando em dobro. São falsos, se promoviam em troca de migalhas distribuídas ao Nordeste. A maior facção já criada no país”.

Outra entrevistada também cita como uma das motivações, a desilusão:

“Uma longa resposta... Sempre gostei da política, já fui petista (risos), sim, já fui. E com o tempo vieram as decepções com o partido e com os integrantes da cúpula”.

Há também mulheres que aderiram ao movimento a favor do Bolsonaro pelo motivo da oposição ao movimento contra Bolsonaro (#EleNão), além de citar oposição a esquerda e seus movimentos de minoria:

“Mostrar que não são apenas homens que votam no Bolsonaro; que as mulheres são capazes de mobilizar as massas; e que não é o nosso gênero que deve impor em quem devemos votar. Enquanto muitas feministas nos chamam de "biscoiteiras<sup>iii</sup>de macho", nós somos tão independentes a ponto de não precisarmos de movimentos de esquerda, nem de fakenews para fazermos nossas vozes serem ouvidas. A consolidação desse grupo apenas prova que também existe diversidade na direita, pois são mulheres pobres, ricas, brancas, negras, pardas, amarelas, heterossexuais, bissexuais, homossexuais e das mais diversas profissões unidas por um ideal e eu me sinto acolhida e grata por fazer parte desse grupo”.

A descrição do grupo a favor de Bolsonaro também contava com as hashtags: #MudaBrasil, #MudaDeVerdade, #MulheresComBolsonaro e #BolsonaroPresidente. Essa ligação de Bolsonaro com “um Brasil melhor” apresentada na descrição também era possível ser observada nas entrevistas, questionários e em publicações do grupo, mas não era algo único do grupo, era a ideia geral dos eleitores do candidato e também da sua proposta de governo.

### **4.3 Motivações ciberativistas das apoiadoras da #EleNão**

No caso do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” uma das principais motivações evidenciadas na descrição do grupo e nas postagens foi a ideia de criar um ambiente para discussão de ideias, erguendo a bandeira de luta pela igualdade de gênero e direitos, liberdade de expressão, discussões contra violência de gênero e preconceitos. Na visão das mulheres ativistas que iniciaram o uso da hashtag #EleNão, o candidato Bolsonaro seria contra as coisas mencionadas no parágrafo anterior, e além da #EleNão, as principais hashtags utilizadas pelo grupo para impulsionar o movimento foram #EleNão, #EleNunca, #mulheresContraOFascismo, #DitaduraNuncaMais, #ÉPelaVidaDasMulheres e #MulheresContraOBolsonaro.

A ideia central dessas mulheres era lutar contra a possibilidade de vitória do presidencial Jair Messias Bolsonaro, pois segundo as mulheres que compunham o grupo, ele apresentava ideias contrárias ao que elas defendiam e que elas acreditavam ser o melhor a todos. As “membras”<sup>iv</sup> alegavam que o presidencial possuía ideias que incitavam a violência, misoginia, homofobia, racismo, machismo, preconceito, intolerância religiosa entre outras coisas, deixando assim os grupos de minoria vulneráveis a sofrer algum tipo de preconceito ou violência.

Além disso, na descrição do grupo é possível observar que as mesmas sentem que os direitos das minorias e a democracia encontram-se ameaçados com a candidatura e o fortalecimento de Jair Bolsonaro. Essa mesma posição também foi defendida no momento em que foram interrogadas no questionário sobre as motivações para a participação do grupo: “nos unir para que ele não se torne presidente e não venha retirar tantos direitos que, com muita luta, foram conquistados por nossas antepassadas” (Juliana) , “o fato do candidato ser muito conhecido por ser homofóbico, machista, racista e suas ideias representam um enorme retrocesso nas questões relacionadas a direitos humanos” (Marcela).

Algumas mulheres temem e argumentam que o candidato compactua com ideias relacionadas ao fascismo e a defesa das ações ocorridas na Ditadura militar no Brasil em 1964. Com isso algumas explicaram o porquê de estarem a favor da #EleNão, declarando: “Sou contra a ameaça fascista que ele instiga em seus seguidores, e também contra suas demonstrações e discursos de ódio e nada democráticos” (Jussara), “Pra mostrar a nossa força, eu nasci em 1984 ano que terminou a ditadura. Não quero viver os horrores da ditadura” (Paola), “Sou contra a volta da ditadura” (Maria) e “Proteger a democracia e





As hashtags principais eram #EleNão e #EleSim, mas ao longo do período eleitoral os membros de ambos os grupos passaram a criar outras hashtags, conforme demonstra a Figura 4 onde uma eleitora publicou várias hashtags no grupo a favor do candidato Bolsonaro.

Figura 4: Uso da #EleSim e criação de novas hashtags

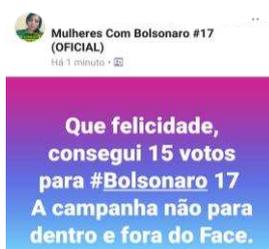


Fonte: <https://www.facebook.com/groups/324942994731554/> (2018)

Um comportamento observado durante a netnografia realizada no grupo foi a de membros relatando as tentativas de conseguir votos para o seus candidatos, seja na família, no trabalho, entre seus amigos ou online. Diante disso foi possível perceber que se a motivação inicial dessas mulheres era defender seus direitos e opiniões, aos poucos elas foram usando seus argumentos para “converter” eleitores de outros candidatos para entrarem em seus respectivos grupos e apoiar suas causas (Figura 5).

Se por um lado algumas mulheres conseguiram votos de pessoas próximas ou não, outras mulheres acabaram gerando discussões e rompimento de relacionamentos, inclusive relacionamentos familiares (Figura 6), fazendo com que esse período eleitoral fosse marcado por conflitos.

Figura 5: Conquista de votos



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/324942994731554/> (2018)

Observou-se que esses conflitos de relacionamento ocorriam tanto com as membras do grupo a favor ao Bolsonaro quanto com as membras do grupo contra ele. As membras dos dois grupos também tentavam constantemente conseguir votos aos seus candidatos. Nem todas viviam momentos de conflitos com outras pessoas, nas entrevistas algumas afirmaram que procuravam não fazer isso, mas por outro lado, houveram respostas como “desfiz algumas amigas em redes sociais principalmente por não haver chance de diálogo, por se mostrarem extremamente preconceituosas e não fazer parte do perfil de pessoas que quero próximas a mim” e “não quero ter em meu círculo de amigos/convivências, pessoas que compactuam com o discurso de ódio e violência de certo candidato à presidência”.

Figura 6: Conflitos em função de posicionamento político



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/499414607198716/> (2018)

Além de conflitos, esse período foi marcado pela grande repercussão mundial e manifestações dentro e fora do Brasil. Brasileiros que estavam residindo fora do Brasil fizeram questão de demonstrar seu apoio às hashtags, aos grupos e aos seus candidatos, indo às ruas para realizar protestos (Figura 7) e indo às urnas votar (Figura 8).

Figura 7: Protestos



Figura 8: Dia de votação



Fonte: <https://www.facebook.com/groups/324942994731554/> (2018)

Os protestos contra Bolsonaro entraram em ação no dia 29/09 enquanto as mulheres que apoiavam o Bolsonaro se reuniram nas ruas no dia 30/09. As campanhas que não eram a favor do presidente Bolsonaro foram as que demonstraram ter mais força e repercussão mundial durante o período eleitoral, enquanto o apoio ao candidato se concentrava no Brasil. Diversas pessoas expressavam-se através das redes sociais, dentro e fora do Brasil, incluindo famosos, tendo-se como exemplo o cantor Dan Reynolds, vocalista da banda Imagine Dragons, ao comentar sobre Bolsonaro dizendo “isso não representa o Brasil que eu amo e conheço” (Figura 9). A hashtag #EleNão foi usada em várias partes do mundo, tanto na versão em português como traduzida para outros idiomas: em inglês #nothim, em espanhol #elno, em italiano #Luino e em francês #PasLui.

Figura 9: Vocalista de banda internacional comentando sobre Bolsonaro



Fonte: Twitter (2018)

Esses foram alguns pontos observados durante a realização da pesquisa, e como já mencionado, esse período foi fortemente marcado por conflitos e manifestações, e os membros dos grupos muitas vezes tentavam sabotar seus oponentes tentando *hackear* outros grupos ou então os perfis dos administradores, além de tentarem entrar como infiltrados no grupo oponente.

Depois de tanta luta online e offline dessas mulheres ciberativistas, as eleições foram para o segundo turno, e após isso o período eleitoral de 2018 do Brasil chega ao seu fim no mês de outubro. Após o fim das eleições os grupos “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” e “Mulheres Com Bolsonaro #17 OFICIAL” seguiram ativos, sofreram algumas mudanças, perderam vários membros, mas mesmo assim ambos os grupos concluem essa fase de militância com milhares de mulheres no número total de membros.

Foi possível verificar, através do olhar das pesquisadoras, que após as eleições o grupo a favor do Bolsonaro foi marcado por comemorações, exaltações e um sentimento de alívio, vitória e de dever cumprido em relação ao propósito no qual estavam engajadas desde o início. Houve charges e ‘memes’ em tom de zombaria ao movimento que surgiu após as eleições contra o Bolsonaro “se fere minha existência serei resistência”, além de outras

Já no grupo contra o Bolsonaro, após a derrota as mulheres se uniram ainda mais e criaram um movimento “se fere a minha existência, serei a resistência”. Percebeu-se um sentimento de união, de sororidade entre as mulheres, além não estarem conformadas com a eleição de Bolsonaro, demonstrando assim que a luta na qual elas acreditavam deveria continuar.

Outro ponto também observado pelas pesquisadoras quando estavam em campo para a coleta de dados foi uma resistência maior do grupo contra o Bolsonaro, houve a tentativa de fazer uma publicação para saber sobre o impacto que o grupo teve nas eleições. Em seguida, nossa publicação foi excluída por algum dos administradores do grupo, houve mais tentativas de publicação sem sucesso, ocasionando a impossibilidade de obtermos respostas sobre essa informação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, em um lado havia um grupo de mulheres que queriam mudança no país em função da corrupção que havia se instaurado no Governo brasileiro. Do outro lado, havia mulheres que viam um candidato como sendo autoritário e que, segundo elas, ameaçava a democracia e os direitos dos cidadãos brasileiros. Com isso, a internet permitiu a articulação

e propagação instantânea dessas ideias, interligando todas as redes e dando mais ênfase na chamada democracia digital no ano de 2018 no Brasil, que possibilitou impactar outros países também.

O objetivo desse estudo, que era compreender como as redes sociais contribuem e fortalecem movimentos ciberativistas, foi atingido por meio da netnografia realizada e das demais técnicas de coleta de dados que possibilitaram captar a visão e experiência de mulheres ciberativistas no período eleitoral de 2018 no Brasil. Como já mencionado nesse estudo, as eleições do ano de 2018 no Brasil foram as que tiveram eleitores mais conectadas do que qualquer outra, e foi esse fator que possibilitou a grande repercussão do movimento ciberativista feminista que gerou a criação dos grupos no Facebook contra e a favor do candidato Jair Bolsonaro, tornando-se alvos deste estudo.

De todos os espaços da internet, as redes sociais foram as que mais ganharam atenção e investimento dos candidatos, assim como dos eleitores, partindo daí a organização de grandes manifestações, conflitos, notícias, imagens, vídeos e fakenews. Nas redes sociais, as eleitoras encontraram um espaço para se expressar e a possibilidade de encontrar pessoas que compactuam com seus pensamentos, motivo que provavelmente levou ao surgimento dos grupos estudados, a organização de manifestações, protestos e eventos.

Nas eleitoras havia um senso de pertencimento aos grupos em que participavam e de sororidade, e ali se conectavam entre si através das interações e trocas de mensagens (RECUERO; FRAGOSO; AMARAL, 2011), onde houve resultados emocionais e cognitivos que levou as mesmas ao uso desse meio para expressar suas aflições e opiniões (DE MORAES; CAPPELLOZZA; MEIRELLES, 2014).

Esse estudo pôde contribuir para a sociedade ao demonstrar que hoje o cidadão brasileiro tem a liberdade de se expressar e manifestar suas opiniões políticas não só das maneiras convencionais, como manifestações na rua, mas também no meio digital, pois hoje há espaço para a ciberdemocracia e o ciberativismo na internet. Para a academia essa pesquisa contribuiu ao demonstrar as redes sociais como campo de estudo, rico em dados e informações, agregando conhecimento para pesquisadores e estudantes das áreas de sistema de informação, política e estudos netnográficos.

Durante a realização da pesquisa houveram algumas limitações, como o não retorno esperado de algumas participantes dos grupos para responderem a entrevista ou os questionários. Outra limitação foi a não aprovação da administração dos grupos em algumas tentativas de publicações do link para o questionário.

## **REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

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

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

DINIZ, I. G. F; CALEIRO, M. **Web 2.0 e ciberativismo: o poder das redes na difusão de movimentos sociais.** 2011.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet.** Porto Alegre: Sulina, v. 1, 2011.

GUZZI, D. **Web E Participação.** Senac, 2010.

KOZINETS, R. V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LÉVY, Pierre et al. Trad. Carlos Irineu da Costa. **São Paulo: Editora**, v. 34, 1999.

MAIA, R.; GOMES, W.; MARQUES, F. P. J. **A Internet e participação política no Brasil**. Editora Sulina, 2011.

MARTINO, L. **Teoria das Mídias Digitais: Linguagens, Ambientes e Redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MCCAUGHEY, M.; AYERS, M. D. **Cyberactivism: Online activism in theory and practice**. Routledge, 2013.

MEDEIROS, P. M. Ciberespaço, Democracia e Globalização: Uma Análise do Ciberativismo do Avaaz. **XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2011, Recife.

MISKOLCI, R. Novas conexões: notas teórico-metodológicas para pesquisas sobre o uso de mídias digitais. **Revista Cronos**, v. 12, n. 2, 2013.

MORAES, G. H. S. M.; CAPELLOZZA, A.; MEIRELLES, F. S. #VEMPRARUA: A Tecnologia da Informação e as Manifestações Sociais: Um Estudo da Utilização das Redes Sociais para Participação nos Protestos. In: **Encontro da Anpad XXXVIII (Enanpad)**, Rio de Janeiro, 2014. Anais Eletrônicos disponível em: [www.anpad.com.br](http://www.anpad.com.br).

MUNARETTO, L. F.; CORRÊA, H. L.; CUNHA, J. A. C. Um estudo sobre as características do método Delphi e de grupo focal, como técnicas na obtenção de dados em pesquisas exploratórias. **Revista de Administração da UFSM**, v. 6, n. 1, p. 9-24, 2013.

OLIVEIRA, T.; DICKSON, M. Ciberativismo feminista e o Movimento ‘Vamos juntas?’. In: **Intercom– Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte–Boa Vista-RR–06 a. 2016**.

PAWLOWSKI, Charlotte Skau et al. Children’s physical activity behavior during school recess: A pilot study using GPS, accelerometer, participant observation, and go-along interview. **PloS one**, v. 11, n. 2, p. e0148786, 2016.

RIGITANO, M. E. C. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rigitano-eugenia-redes-e-ciberativismo.pdf>**, 2003.

SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J.; ROGEDO, P. Estudando cultura e comunicação com mídias sociais. Brasília : IBPAD, 2018.

VINEREAN, Simona et al. The effects of social media marketing on online consumer behavior. **International Journal of Business and Management**, v. 8, n. 14, p. 66, 2013.

WRAY, Stefan. Electronic civil disobedience and the World Wide Web of hacktivism. **Nova Iorque**, 1998.

---

<sup>i</sup> <http://www.pf.gov.br/imprensa/lava-jato>

<sup>ii</sup> <http://www.mpf.mp.br/grandes-casos/caso-lava-jato/entenda-o-caso>

<sup>iii</sup> Termo da linguagem utilizada na internet para designar uma pessoa que busca chamar atenção.

<sup>iv</sup> Segundo a descrição do grupo e as Mulheres que integravam e administravam o grupo, houve a adoção desse neologismo para evidenciar a exclusividade das mesmas no grupo e também fazer uma crítica ao ‘machismo linguístico’.

<sup>v</sup> <http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/11/bolsonaro-diz-no-conselho-de-etica-que-coronel-ustra-e-heroi-brasileiro.html>