



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte  
e Nordeste de Estudos e Pesquisas  
sobre Mulher e Relações de Gênero

# ELEIÇÕES DE 2018: CIBERATIVISMO E O VOTO FEMINISTA

Natasha de Vasconcelos Soares

Universidade Federal do Pará  
[Natasha.vasconcelos1@gmail.com](mailto:Natasha.vasconcelos1@gmail.com)

**Resumo:** Entender as mídias sociais como um mais um *player* no jogo político sempre foi um desafio para a teoria democrática contemporânea. Para alguns teóricos a mídia seria o 4º Poder, para a corrente majoritária essa relação é mais porosa e não se personifica em mais um poder, atua de forma volátil entre os já existentes. Nesse mesmo sentido não diferem as redes sociais e seu mundo de informação. Análises tecnológicas e métricas a parte questiona-se: seria possível considerar essas redes como uma esfera política de visibilidade para as candidatas mulheres que têm lutado cada dia mais pela igualdade de condições na disputa eleitoral? Quais as contribuições dos movimentos feministas nessa esfera? Neste artigo pretende-se analisar as contribuições dos movimentos feministas na conscientização do voto feminino e feminista para as eleições 2018, através de um balanço entre essa conscientização política, por perfis feministas voltados para a participação das mulheres nas eleições de 2018; e a visibilidade das candidatas, através de publicações no período de campanha eleitoral e da utilização de *hashtags*.

Palavras-chave: Feminismo 2.0, ciberativismo, mulheres, eleições.

## INTRODUÇÃO

A sub-representação da mulher nos parlamentos não é nenhuma novidade, tampouco exclusividade brasileira. Há tempos que a literatura feminista vem trazendo para o debate as diversas causas prováveis de não termos mais mulheres na política. Há quem acredite na falácia *mulher não vota em mulher* ou que *mulher não se interessa por política*, uma pesquisa do Data Senado publicada em 2014 mostra que para 80% dos entrevistados o sexo não faz diferença e 79% disseram ter votado em mulheres para cargos políticos. Quando perguntados sobre a intenção de se candidatar para algum cargo político 66% dos homens e 62% das mulheres disseram que

sim. E para 41% dos entrevistados o partido é a principal barreira a ser enfrentada na disputa eleitoral, e também a concorrência com os homens. Diante desses números e da importância ampliada das redes sociais no processo eleitoral pergunta-se: qual o papel do ciberativismo nas eleições de 2018? Como os movimentos feministas se apropriaram do instagram para dar visibilidade para candidaturas feministas? A investigação é importante no sentido de contribuir para a produção estudos sobre ativismo político e ação engajada dos movimentos feministas no Brasil e tem por objetivo identificar e mapear os principais perfis feministas do instagram que através de ações coletivas conectadas visibilizaram candidaturas de mulheres e



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero

produziram conteúdo de conscientização do voto feminista.

### METODOLOGIA

A criação do perfil @politicaparamulheres no instagram como desdobramento de uma pesquisa sobre a Representação da mulher no Senado no pós constituinte deu início a essa investigação que teve como ponto de partida as buscas #politicaparamulheres #mulheresnapolítica #votofeminista #feminismoepolítica. A partir de então, foi realizada uma pesquisa exploratória no instagram para identificar perfis adequados a questão da pesquisa, bem como para auxiliar na construção das hipóteses.

O objetivo, portanto, era encontrar perfis com produção de conteúdo sobre mulher e política, mulher na política, plataforma eleitoral feminista, feminismo e política, candidaturas de mulheres e pautas feministas. Uma das hipóteses levantadas na investigação é se o ciberfeminismo deu visibilidade para a campanha de mulheres no instagram e qual a contribuição desse movimento nas eleições de 2018.

Através da utilização das *hashtags* #mulheresnapolítica #politicaparamulheres #meuvotoseráfeminista #feminismoepolítica (nesta ordem) apareceram na busca como

*mais relevantes* diversos perfis sobre feminismo, empoderamento, candidatas, simpatizantes dentre outros, totalizando mais de 18 mil publicações, sendo #mulheresnapolítica a *hashtag* com maior número de publicações. As buscas seguintes foram para delimitar ainda mais o objeto que teve como critério de corte considerar publicações apenas de perfis que tinham na sua bio como finalidade fortalecer, incentivar, apoiar, visibilizar a candidatura de mulheres (feministas).

Os perfis mapeados foram os seguintes: Campanha de mulher (@campanhademulher), A Candidata (@acandidata2018), Meu Voto Será Feminista (@meuvotoseráfeminista), Vote Nelas (@votenas), Voz Feminismo (vozfeminismo), Bancada Feministe (@bancadafeministe), Mapa das Mina (@mapadasmina), Política para Mulheres (@politicaparamulheres). A partir de então foi necessário fazer um recorte temporal para análise dos dados que seria de 16 de agosto (início da campanha eleitoral na internet) até 7 de outubro de 2018 (dia da votação do primeiro turno).

A rede social escolhida para análise foi o instagram cuja noção de instantaneidade está no próprio nome, logo, espera-se que para um engajamento satisfatório o usuário faça ao menos uma publicação diária. Ao final



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero

do prazo de coleta de dados esperava-se analisar pelo menos 30 postagens de cada perfil ao longo do período de investigação (16 de agosto até 7 de outubro) entendendo ser esta a métrica de movimentação e produção de conteúdo capaz de gerar impacto na audiência. Este recorte excluiu dois perfis da análise Mapa das Mina e Bancada Feministe, que utilizaram de outras mídias para alcançar seus objetivos.

Dito isto, foram analisadas 603 publicações, nos perfis Campanha de mulher (@campanhademulher), A Candidata (@acandidata2018), Meu Voto Será Feminista (@meuvotoserafeminista), Vote Nelas (@votenas), Voz Feminismo (vozfeminismo) e Política para Mulheres (@politicaparamulheres), as quais foram contabilizadas nas seguintes categorias: Visibilidade, Denúncia, Pautas identitárias, Ele Não, Mariele Franco, Dados, Informação/Conscientização e Outros.

Por *visibilidade* entende-se todas as postagens que têm por finalidade visibilizar não só as candidatas das eleições de 2018, como também destacar mulheres ocupando espaços de poder, postos de decisão, cargos historicamente ocupados por homens, que são referências noutros campos, citações importantes e outras ferramentas que busquem também dar visibilidade para mulheres.

Na categoria *denúncia* estão inseridas todas as publicações que relatam, denunciam ou expõem situações de violência e discriminação de gênero na sociedade, sejam elas inerentes ao processo eleitoral, tais como candidaturas laranjas, desobediência no repasse dos 30% do fundo partidário para candidaturas de mulheres, assédio e recebimento de ameaças durante a campanha, ou àquelas referentes a discriminação no mercado de trabalho e questão salarial.

Em *Pautas Identitárias* estão as postagens que se dedicaram a levantar uma questão de um grupo minoritário de forma destacada. Colocar numa categoria isolada não impede que algumas causas tenham sido abordadas noutras postagens, mas mantê-las numa categoria exclusiva serve para garantir que sejam visibilizadas como pautas que merecem atenção por serem marginalizadas politicamente.

A categoria *Ele Não* reúne publicações que reforçam o posicionamento político dos movimentos feministas contrários a tudo que Jair Bolsonaro apresenta e representa. Entraram nesta categoria fotos de manifestações que aconteceram no país todo contra a candidatura de Bolsonaro, charges, vídeos de artistas e políticos, nacionais e internacionais, materiais contra a ditadura, tortura, e postagens em favor da democracia de uma maneira geral.



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero

Nas categorias *Dados* e

*Informação/Conscientização* foram contabilizadas as publicações que apresentam percentuais de presença ou de ausência, no parlamento, nas candidaturas e nos espaços de poder de forma geral, as postagens de caráter informativo, os conceitos, esclarecimentos sobre o funcionamento do processo eleitoral e político e dicas que como votar consciente.

As publicações contabilizadas em *Outros* contemplam temáticas sobre projetos e eventos do movimento, oportunidades, pautas de interações e divulgações em geral.

A partir desse mapeamento e categorização busca-se responder: Como os movimentos feministas em questão usaram o instagram nas eleições de 2018?

Política de gênero, direito de aparecer e visibilidade.

No debate sobre sub-representação de minorias políticas é comum a utilização de algumas palavras que a ausência ou pouca presença naturalizam em determinados espaços, são elas: marginalização, silenciamento, apagamento. A marginalização aqui utilizada não é o termo pejorativo, ligado a bandidagem, é no sentido consequente de atuar de forma marginal, atuar à margem de algo, que precede ao conceito pejorativo e muito conveniente na narrativa conservadora,

aquela que reproduz o *status quo* e num estudo fundamentado na teoria feminista esse *status* refere-se ao sistema patriarcal.

Se existe um sistema que codifica a presença e atuação de homens para determinados espaços, atendendo as expectativas dos papéis da construção social de gênero, e que as tentativas de inserir a mulher nesses espaços quando não são contestadas, caminham convenientemente a passos lentos, estamos diante de um sistema que torna marginal a presença e atuação da mulher, porque não reconhece aquele espaço como pertencente a ela por direito.

Falar sobre feminismo é contestar praticamente toda a construção social de uma pessoa e talvez por isso seja uma questão tão urgente, porque papéis de gênero nos foram postos, naturalizados, porque a codificação nos direciona, orienta, nos isola, não com base no nossos propósitos e competências, e sim com base em nossos corpos e o que eles representam nesse sistema cuja codificação tem o homem como sujeito universal.

Se o homem é o sujeito universal, o padrão, e está historicamente no centro dos debates do cotidiano a presença e atuação da mulher, e aqui sendo pensada no espaço político, é específica, não prioritária e está à margem do debate. E tem uma razão para a repetição desta palavra e insistência nesse debate: visibilidade.



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero

A visibilidade está totalmente

relacionada com as desigualdades estruturais as quais as mulheres estão submetidas, e no campo político não é diferente. Dessa forma, buscando a interdisciplinaridade dos campos Feminismo, Política e Comunicação, considerando a complexidade, pluralidade e diversidade deles é imprescindível buscar entender a apropriação do instagram para o ativismo.

Para Biroli (2018) as noções de papéis de gênero sempre estiveram no centro do debate feminista, mas esse pensamento, e consequentemente o ativismo, foram modificados a partir do século XX quando as noções mais *complexas das experiências e das necessidades das mulheres, vistas em suas diferenças e do prisma das desigualdades de classe, raça, etnia, sexualidade, geração* (p.9) começaram a dar o tom as infinitas demandas, evidenciando o que o feminismo negro denuncia desde sua origem como movimento, a necessidade de ampliação da categoria Mulheres. A autora destaca que as duas premissas básicas da crítica feminista à democracia são: a noção autonomizada da política e a baixa efetividade de direitos das mulheres (p. 10 e 11).

É basicamente ao que Butler (2018) se dedica a analisar em Política de gênero e direito de aparecer e que também está relacionada a visibilidade, ao passo que para

determinados corpos da sociedade atuarem pública e politicamente exige-se uma correspondência, uma performance, *uma batalha corpórea por reconhecimento, uma insistência em existir e ter importância* (p.44) e isto é anterior a efetividade de direitos.

O que Butler e Biroli destacam coaduna com a denúncia feita por Pateman (1993) sobre o silenciamento do contrato sexual (p.15) essa *dimensão suprimida da teoria do contrato social* (p.11) e que está na origem do direito político, logo, falar de política e mulher, é evidenciar os prejuízos da sua exclusão no processo de formação da sociedade civil.

Há quem defenda que falar de gênero não é uma questão urgente e dentro da política existem outras prioridades. O fato é que todas as ditas prioridades partem da noção clássica do Contrato Social, aquele que desde logo cuidou de separar o público do privado, dentro da concepção política liberal dos estados considerados democráticos, esta separação continua orientando a política social e estatal e reflete nas mais profundas desigualdades existenciais. E o importante de tudo isso é ter consciência de que elas não são naturais, e daí sua relevância política, pois como Butler (2017) orienta gênero é um *ponto de partida para pensar sobre poder, atuação e resistência* (p.45).



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero.

Mulher na política: voz, imagem e interesses setorizados.

Aliado a teoria do contrato social que acaba por sedimentar a dualidade público privado tem-se a tradição do discurso associado ao gênero, fato que Beard (2018) narra como a herança da literatura ocidental sobre as concepções de voz pública das mulheres e mulher no poder.

A historiadora conta que discurso público e oratória eram habilidades que definiam a masculinidade enquanto gênero (p.29), que remonta ao século IV a.C., onde acreditava-se que as mulheres eram incapazes de adequar a fala ao espaço público e à política (p. 21). Outro fato muito relevante dessa narrativa é a setorização da fala pública das mulheres, que no mundo clássico se quer eram consideradas mulheres (p.29) e se o fizessem eram consideradas *aberrações andróginas* (p. 32) exceto para falar em defesa de interesses próprios (quando vítimas) e de sua família e interesses de outras mulheres.

A questão dos interesses setoriais herdados dessa literatura ocidental e sedimentados com o contrato social é bastante analisada por aqueles que estudam a participação da mulher na política, é aquilo que Miguel (2001) vai discorrer em Política de interesses, política do desvelo:

representação e singularidade feminina, e que talvez seja a grande formadora da noção de que mulheres somente são capazes de atuar politicamente nesses nichos. Mas atentem, é uma tradição do mundo antigo. E as questões aqui trazidas referem-se a fala.

Beard (2018) segue chamando atenção para a forma como essa herança foi apropriada a partir dos séculos e como com o advento da tecnologia a internet se tornou mais um espaço de discriminação e deslegitimação da fala e também da imagem da mulher no poder.

Ao lançar a pergunta sobre os fundamentos culturais da misoginia na política Beard (2018) destaca mulheres desconfiam de seus feitos e habilidades, atribuem competência e sabedoria à capacidades masculinas e nos lembra que o *modelo mental e cultural de uma pessoa poderosa continua a ser absolutamente masculino* (p. 61).

Nesse mesmo sentido Nogueira (2017) nos diz que o *sexismo linguístico está presente na ideia de tomar o artigo masculino “o” como plural e comum aos dois gêneros e manter o artigo “a” recluso ao feminino* (p. 13) em seu livro Mulheres e deusas o autor busca demonstrar como as narrativas míticas (deusas e heroínas) sobre mulheres e o que significar ser mulher têm impactado no ser mulher na atualidade. Essa foi uma



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero

abordagem teórica fundamental para a criação de uma das categorias desta pesquisa quanto a ideia de visibilidade.

### Análise exploratória: primeiras impressões

Foram analisadas 611 postagens, a partir de 6 perfis, no período de 16 de agosto a 7 de outubro de 2018, a partir das seguintes dimensões: Visibilidade; Denúncia; Pautas Identitárias; Ele não; Marielle Franco; Dados de Mulheres na Política; Informação/Conscientização; e outros, conforme figura 1.

Perfil	Visibilidade	Denúncia	Pautas identitárias	ELE NÃO	Marielle Franco	Dados de mulheres na política	Informação / conscientização	Outros
CAMPANHA DE MULHER @campanhademulheres	132	33	6	96	7	0	0	37
A CANDIDATA @acandidata2018	15	12	5	7	1	9	30	11
MEU VOTO SERÁ FEMINISTA @meuvotoserafeminista	5	1	1	3	0	2	5	6
VOTE NÉLAS @votenelas	6	10	2	4	0	10	21	21
VOZ FEMINISMO @vozfeminismo	71	0	0	1	0	0	0	0
POLÍTICA PARA MULHERES @politicaparamulheres	7	13	3	1	1	0	8	8

Figura 1 - Total de postagens por perfil

É inegável a influência das redes sociais no processo eleitoral, ainda que o acesso digital não seja tão democrático e mesmo que uma vez em contato com as redes o debate democrático não seja qualificado.

Ocorre que, parafraseando Lulu Santos, consideramos justa toda forma de conscientização política feminista, e por isso foram tantas as dimensões de análise do

conteúdo, a fim de identificar um padrão nessa ação política engajada.

Em 2009 quando Miguel e Biroli escreveram *Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa* saber que a mídia reforça a definição dominante sobre o que é a política e quem participa legitimamente do campo (p.56) era ponto de partida da análise sobre como era trabalhada a imagem e fala da mulher na política, apesar dos autores tratarem da representação política da mulher nos meios de comunicação em massa.

Sarmiento e Chagas (2017) ao analisarem memes de internet e política de gênero reforçam que essa diferença de visibilidade e forma que a mídia retrata homens e mulheres na política também ocorre nas plataformas digitais e atentam para o *gap* de gênero nos estudos sobre ativismo político que *têm procurado reforçar o lugar da mulher no debate político* (p.8) redefinindo papéis e formas de ativismo.

Ao abordar as redes sociais como uma forma de representação, Recuero (2009) afirma que através da análise das postagens é possível reconhecer um padrão comportamental e uma identificação dos compartilhamentos, atividades e visões políticas (p.130), sendo assim passemos a analisar de o que a figura 2 pode nos dizer



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte e Nordeste de Estudos e Pesquisas sobre Mulher e Relações de Gênero

sobre a apropriação dos perfis feministas nestas eleições:

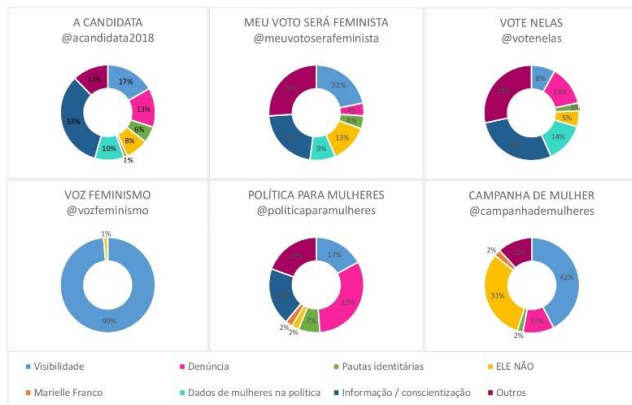


Figura 2 - Percentual de publicações por categoria

É possível notar que todos os perfis buscaram dar visibilidade para campanhas de mulheres nestas eleições ou destacaram mulheres em cargos historicamente ocupados por homens. O instagram @vozfeminismo designou 99% das suas postagens do período para isso, seguido do perfil @campanhademulher com 42%, o @meuvotoserafeminista aparece na sequência com 22%, @acandidata2018 e @politiaparamulheres com 17% e @votenelas com 8%.

Postagens sobre informação e conscientização também mobilizou altos percentuais de publicação em 4 dos 6 perfis: @acandidata2018 com 33%, @votenelas 28%, @meuvotoserafeminista com 22%, e o @politicaparamulheres com 20%.

Utilizaram para fazer denúncias sobre discriminação de gênero e violência contra

mulheres, na ordem de publicações: 14% @politicaparamulheres e @votenelas, 13% @acandidata2018, 11% @campanhademulher, e 4% @meuvotoserafeminista.

Pela democracia, contra tortura e todo projeto político que Jair Bolsonaro representa o perfil @campanhademulher que tem proporcionalmente o maior número de postagens dentre os instagrans mapeados realizou 31% de suas postagens na categoria ele não.

As pautas identitárias ficaram entre 3 e 7%.

O prazo de início da campanha eleitoral na internet começou dia 16 de Agosto e o Instagram Campanha de Mulher começou suas postagens denunciando um caso de abuso policial cuja vítima foi a candidata a deputada federal pelo estado do Rio de Janeiro, Talíria Petrone. Isso é muito simbólico e importante porque categoriza uma forma de ativismo muito comum da participação das mulheres na política que é a luta pela democracia, pela visibilidade na esfera de aparecimento, que é necessária para dar voz e pleitear espaços e direitos.

Dentre as formas de visibilidade o perfil @campanhademulher disponibilizou durante todos os dias no facebook o horário eleitoral feminista. Uma iniciativa muito eficaz considerando que mulheres alcançaram





## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte  
e Nordeste de Estudos e Pesquisas  
sobre Mulher e Relações de Gênero

31% das candidaturas nas eleições de 2018 e que ainda lutam pelo acesso a recursos e também de tempo de rádio e televisão.

Chamou atenção na análise do conteúdo as postagens de assédio que as candidatas recebiam tanto na campanha de rua quanto nas redes sociais, do tipo *manda nudes que eu voto, troco beijo por um voto, você é muito nova, ninguém vai te escutar*, o que evidencia a denúncia de violência política sexista dentro e fora dos parlamentos, como um reforço da abordagem teórica que considera essa violência no campo político como um reflexo das dinâmicas sociais.

Após a pesquisa exploratória integrará o rol de análises os comentários das postagens a fim de verificar que tipo de conteúdo que mais engaja e tentar entender o tipo de cultura política que esta sendo fomentada a partir dos perfis mapeados.

### Referências Bibliográficas

BATISTA, Jandré Corrêa. ZAGO, Gabriela da Silva. Ativismo em Redes Sociais Digitais: Os fluxos de comunicação no caso #forasarney. Estudos em Comunicação n°8, 129-146 Dezembro de 2010.

BEARD, Mary. Mulheres e Poder: um manifesto. Tradução de Celine Portocarrero - São Paulo: Planeta do Brasil, 2018.

BIROLI, Flávia. Gênero e Desigualdades: os limites da democracia no Brasil. 1ª Ed. São Paulo: Boitempo, 2018.

BUTLER, Judith. *Corpos em aliança e a política das ruas: notas para uma teoria performativa de assembleia*. 1. Ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

CHAGAS, Viktor. A Febre dos Memes de Política. *Famecos*. V. 25, n. 1, 2018.

CHAGAS, Viktor et ali. A Política dos Memes e os Memes da Política: proposta metodológica de análise de conteúdo de memes dos debates eleitorais de 2014. *Intexto*. N. 38, 2017.

GOMES, Wilson. Teorias democráticas: múltiplos olhares sobre um fenômeno em mutação. In: MENDONÇA, Ricardo Fabrino; CUNHA, Eleonora Schettini Martins (orgs). *Por que a comunicação é tão importante quando se pensa a democracia?* Belo Horizonte: Editora UFMG, 2018. p. 349-365.

MAIA, Rousiley C. M. A deliberação nos media: apontamentos conceituais. *Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, PósCom-Metodista*, a. 29, n. 50, p. 81-101, 2. sem. 2008.

MIGUEL, Luis Felipe. Política de interesses, política do desvelo: representação e “singularidade feminina”. *Estudos Feministas* 2001. p 253 a 267

NOGUERA, Renato. *Mulheres e deusas: como as divindades e os mitos femininos formaram a mulher atual*. 1 ed. – Rio de Janeiro: Harper Collins, 2017.

PATEMAN, Carole. *O Contrato Sexual*. São Paulo: Paz e Terra. 1993.



## XX REDOR

Encontro da Rede Feminista Norte  
e Nordeste de Estudos e Pesquisas  
sobre Mulheres e Políticas da Escrita

RUBIM, Linda. ARGOLO, Fernanda (org). O Golpe na perspectiva de gênero. Salvador: Edufba, 2018.

SARMENTO, Rayza. CHAGAS, Viktor. Bela, recatada e do bar: memes de internet, política e gênero. VII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (VII COMPOLÍTICA), realizado na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), de 10 a 12 de maio de 2017.

TABAK, Fanny. Mulheres Públicas: participação política e poder. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2002.