

MULHERES UNIDAS CONTRA BOLSONARO: UM OLHAR A PARTIR DA COMUNICAÇÃO

Fernanda Maia Almeida Bezerra, Marcia Vidal Nunes

No dia 31 de agosto de 2018, Ludimilla Teixeira, publicitária brasileira, criou, no Facebook, um grupo chamado “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” com o intuito de reunir mulheres que rejeitavam a candidatura de Jair Bolsonaro, então candidato à presidência do Brasil, por suas ações e posturas misóginas e antidemocráticas. Poucos dias depois, o grupo reuniu mais de 1 milhão de participantes e no dia 29 de setembro de 2018 levou às ruas de diversas cidades do Brasil e do mundo mulheres entoando os gritos de “Ele Não！”, frase que viralizou por meio de uma hashtag e demonstrava reprovação ao supracitado candidato. Nesse contexto, nosso interesse está em investigar as dinâmicas de ciberativismo (Castells, 2017) em comunidades virtuais (Recuero, 2009) para aprofundarmos as reflexões sobre o objeto. Ainda no que diz respeito às dinâmicas do ciberespaço (Levy, 1997), identificamos que o movimento enquadra-se como uma rede de ação conectiva (BENNET, SEGERBERG, 2012), na qual as mídias digitais desempenham papel determinante na lógica de funcionamento com frames de ação personalizáveis. Além disso, o movimento possui forte associação com os feminismos de quarta onda (COSTA, 2018), que se caracterizam por, dentre outros fatores, usarem as redes sociais como fonte de organização e disseminação (BIROLI, 2018). Dessa forma, com uma análise feita por meio da revisão bibliográfica, nosso objetivo é compreender o fenômeno do grupo “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro” por meio dos estudos da área da comunicação social que englobam as redes sociais.

Palavras-chave: mulheres contra bolsonaro. ciberativismo. comunidades virtuais. ação conectiva.