



#ELENÃO: ANÁLISE DA HASHTAG NO PORTAL UOL EM 2018

Thamires de Souza Trindade Silva¹ – UNESP

Resumo:

As eleições presidenciais de 2018 no Brasil ressaltaram uma dinâmica de polarização política e diversos indivíduos se manifestaram contra o então candidato à presidência, Jair Bolsonaro. O movimento #elenão surge a partir disso e por meio das redes sociais, o movimento cresceu e se expandiu para diversos debates de temáticas sociais. O objetivo é analisar como a hashtag #elenão foi pautada pelo portal UOL e qual a relevância desse instrumento para a concretização das pautas levantadas no ativismo digital. A metodologia de pesquisa foi feita a partir da Hermenêutica de Profundidade, processo metodológico que foi proposto por John B. Thompson. Por meio dessa metodologia, buscamos demonstrar e explicar o contexto sócio-histórico da ascensão do movimento. A justificativa dessa pesquisa é avaliar como um dos maiores portais de notícias online informou e divulgou os acontecimentos relacionados a hashtag. Busca-se aqui compreender como o ativismo online influenciou e demarcou as pautas das notícias publicadas no site. A hashtag #elenão tomou uma grande proporção, gerando movimentos e protestos na rua, sendo noticiado por diversos canais de comunicação. Para a fundamentação teórica, os estudos teóricos da midiaticização serão feitos com base no autor Antônio Fausto Neto. Os resultados parciais apontam que o jornalismo online teve que se reinventar e se readaptar para uma realidade, que as pessoas são indivíduos autônomos, as quais escolhem aquilo que querem ou não consumir. Dessa forma, o portal de notícias escolhido pautou suas notícias de acordo com as demandas vistas nas redes sociais, principalmente os debates levantados pelo feminismo, que influenciaram na cobertura de uma grande mídia.

Palavras-chave: Hashtag #elenão. Eleições 2018. Feminismo. Mdiatização. Hermenêutica de profundidade.

Abstract: The 2018 presidential elections in Brazil highlighted a dynamic of political polarization and several individuals spoke out against then-presidential candidate Jair Bolsonaro. The #elenão movement arose from this and through social media, the movement grew and expanded to several debates of social themes. The objective is to analyze how the hashtag #elenão was reported by the UOL portal, and what is the relevance of this instrument for the realization of the agendas raised in digital activism. The research methodology was based on the Hermeneutics of Depth, a methodological process proposed by John B. Thompson. Through this methodology, we seek to demonstrate and explain the socio-historical context of the rise of the movement. The justification of this research is to evaluate how one of the largest online news portals reported and disseminated the events related to the hashtag. It seeks here to understand how online activism influenced and demarcated the agendas of the news published on the site. The hashtag #elenão has taken a great proportion, generating movements and protests in the streets, being reported by several communication channels. For the theoretical foundation, the theoretical studies of mediatization will be made based on the author

¹Bacharel em jornalismo pela UNIVAP. Mestranda em Comunicação Social na UNESP, thamires.souza@unesp.br



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

Antônio Fausto Neto. The partial results indicates that online journalism had to reinvent itself and readapt to a reality where people are autonomous individuals who choose what they want or do not want to consume. In this way, the chosen news portal based its news according to the demands seen in the social networks, especially the debates raised by feminism, which influenced the coverage of a mainstream media.

Keywords: Hashtag #elenão. Elections 2018. Feminism. Mediatization.

1. Introdução

Desde junho de 2013, com as manifestações contra o aumento das tarifas de transportes públicos, os brasileiros passaram a enxergar a política do país com outra perspectiva. Os protestos que inicialmente pautavam sobre essas tarifas, passaram a incorporar outros assuntos que também causavam revolta na população, como a falta de investimento na saúde e educação, falta de representatividade política, aumento de impostos e críticas aos investimentos feitos para os estádios da Copa de futebol.

Essas manifestações trouxeram uma ascensão da direita, que tinha o intuito de expor os supostos malefícios causados pelo governo do Partido dos Trabalhadores (PT). Dessa forma, o combate à corrupção foi se tornando uma demanda cada vez maior e aqueles que eram contra o governo passaram a usar camisetas verde e amarela, remetendo à bandeira do Brasil, para mostrar que queriam um país “melhor”. Naquele ano, também, a aprovação do governo de Dilma Rousseff caiu de 55% para 31%, de acordo com o Ibope (G1, 2013)².

Houve uma ascensão da direita e do conservadorismo no Brasil. As pautas anticorrupção foram sendo substituídas por pautas moralistas, referentes às questões de gênero e sexualidade. Bolsonaro atua na política desde 1988, mas foi com a ascensão da direita e da bancada evangélica, que ele passou a ter destaque por defender essas pautas morais e mostrar diversas vezes suas falas e posicionamentos machistas, racistas e homofóbicos.

Em 2014, ele ofendeu a deputada Mara do Rosário (PT-RS) ao dizer que não ia estuprar ela porque ela não merecia. Essa foi uma de suas falas mais problemáticas e que ganhou muita repercussão. Neste mesmo ano, em entrevista ao Jornal Zero Hora, ele afirmou ter pena do empresário e patrão no Brasil porque há muitos direitos trabalhistas e mulheres têm direito a licença-maternidade.

² Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2013/07/aprovacao-do-governo-dilma-cai-de-55-para-31-aponta-ibope.html>



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

Biroli, Machado e Vaggioni (2020) apontam que a ideologia e o movimento político conservadores são formados em resposta ou como resistência a mudanças nas estruturas sociais e políticas. “Ou seja, ideologia e iniciativas conservadoras tendem a aparecer quando segmentos sociais minoritários que desafiam a ordem estabelecida se fortalecem a ponto de ameaçar os fundamentos ideais e materiais das instituições” (BIROLI, MACHADO e VAGGIONI, 2020, p.24).

O crescimento do feminismo na América Latina e no Brasil são a prova disso, as políticas para educação sexual incluídas nas escolas e legislações sobre o reconhecimento do casamento igualitário são exemplos de questões que incomodam e geram uma resistência dos setores conservadores e de direita.

Com o advento da internet e das redes sociais, os movimentos sociais mudaram a forma como se organizam e levantam suas bandeiras. Os sites de rede social online, como Facebook e Twitter, se tornaram as principais fontes de organização e difusão de centenas de protestos locais em diferentes continentes. Assim, as variadas apropriações e temas de embate passam a depender paralelamente de contextos locais e de práticas globais de comunicação (TOMAZETTI, 2015, p. 495).

No Brasil, as Jornadas de Junho marcaram o começo de um novo ciclo de manifestações e protestos, que iriam trazer outras pautas como luta antirracista, classicista e a favor de direitos da população LGBT (SILVA; CARMO e RAMOS, 2021). As jornadas não terminaram em junho, pois elas foram se manifestando por outras reivindicações, como a articulação dos numerosos protestos feministas que aconteceram em 2015 (SARMENTO; REIS; MENDONÇA, 2017).

Redes sociais como Facebook e Twitter “parecem ter se tornado as principais fontes de organização e difusão de centenas de protestos locais em diferentes continentes” (TOMAZETTI, 2015, p.495). O ativismo por meio da hashtag mostrou ser um recurso eficaz para abranger os debates feministas e organizar protestos e manifestações. A hashtag #EleNão foi uma das hashtags que ganhou visibilidade através das redes e que foi um movimento que passou a ocupar as ruas também. A hashtag ganhou tanta notoriedade, que passou a ser pautas de grandes veículos de comunicação, como o portal UOL. Dessa forma, nos próximos tópicos serão analisados como um dos maiores portais de notícias online informou e divulgou os acontecimentos relacionados a hashtag. Busca-se aqui compreender como o ativismo online dos feminismos influenciou e demarcou as pautas das notícias publicadas no site.



2. Miatização dos feminismos

O conceito de miatização vem sendo usado nas pesquisas em comunicação para compreender e assimilar as transformações sociais que estão acontecendo devido ao crescimento da tecnologia e da presença midiática na sociedade (GROHMANN; MAURO, 2015).

Segundo Antônio Fausto Neto (2007), teórico que aborda sobre os conceitos de miatização, aponta que novos conceitos de miatização surgem com o intuito de tornar o fenômeno mais compreensível. A miatização é vista como um fenômeno, pois ela se refere às mudanças no cenário técnico-comunicativo desde as últimas décadas do século XX e também nos primeiros anos do século XXI (FRANÇA, 2020). Assim, Fausto Neto (2007) esclarece que um eixo comum entre as formulações sobre esse conceito é o fato que as mídias deixaram de ser “subsistema a serviço de uma ação social organizada” ou “aparelhos de poder” e se tornaram mais complexas, no sentido de constituir “uma nova ambiência, novas formas de vida, e interações sociais atravessadas por novas modalidades do «trabalho de sentido” (FAUSTO NETO, 2007, p.92).

Para o autor, houve uma mudança de sociedade dos meios para sociedade da miatização. Na sociedade dos meios, as mídias têm autonomia e estão a serviço da sociedade, já na sociedade da miatização as mídias produzem novas formas de organização e dinâmica nas interações sociais.

A expansão da miatização como um ambiente, com tecnologias elegendo novas formas de vida, com as interações sendo afetadas e/ou configuradas por novas estratégias e modos de organização, colocaria todos – produtores e consumidores – em uma mesma realidade, aquela de fluxos e que permitiria conhecer e reconhecer, ao mesmo tempo (FAUSTO NETO, 2009, p.92)

Na citação acima, Fausto Neto explica que produtores e consumidores passam a ocupar um mesmo ambiente e é esta proposição que norteia este artigo, pois com a autonomia e liberdades que as redes sociais proporcionam, o movimento feminista se apropriou da internet e das redes sociais, mostrando e levantando debates que passaram a ser pautados pela grande mídia brasileira.

Julia Costa e Ilca Vilela (2020) reforçam essa ideia ao afirmarem que “a internet se configura atualmente, portanto, como ferramenta para as lutas sociais contemporâneas e é concebida como espaço potencial de expressão e participação genuinamente democrática” (COSTA e VILELA, 2020, p. 100). A Primavera Feminista no Brasil foi um exemplo de



como as feministas passaram a reivindicar seus direitos com ferramentas da internet, como as hashtags. Em 2015, hashtags como #PrimeiroAssedio e #Meuamigosecreto ganharam visibilidade da mídia, porque mulheres de diferentes idades e lugares passaram a compartilhar histórias pessoais sobre situações cotidianas de machismo e misoginia.

A hashtag #Elenão foi outra hashtag que foi mobilizada também por feministas e ganhou tanto destaque, ela surge nesse contexto de ativismo online, mas no ano de eleições presidenciais. Jair Bolsonaro era candidato à presidência e seus “ideais” compactuavam com falas machistas, racistas e homofóbicas, as quais não foram bem aceitas e vistas por diversas pessoas. Bolsonaro cresceu num cenário político, o qual os brasileiros queriam que o governo mudasse e protestavam contra à corrupção, entretanto essa “luta” foi ganhando uma nova face, com pautas voltadas para questões de gênero. “A retórica anticorrupção progressivamente foi sendo associada e/ou substituída por pautas moralistas/moralizantes no que se refere a gênero e sexualidade, que passaram a se fortalecer, como ocorre até os dias atuais” (Machado e Miskolci, 2019).

Assim, o grupo do Facebook “mulheres contra Bolsonaro” criou a hashtag #elenão, com o objetivo de expor e denunciar as falas e posicionamentos de Bolsonaro. Toda essa mobilização chamou atenção de grandes veículos da comunicação, dentre eles, o UOL. Apresentaremos mais a frente como o portal UOL retratou essa hashtag cunhada por feministas e como o movimento no ambiente online influenciou nas pautas.

3. Metodologia

Como procedimento metodológico, a Hermenêutica de Profundidade, fundamentada por Thompson, será usada para esta pesquisa.

Na Hermenêutica de Profundidade a ideia é propor sentidos, que podem ser interpretados como ideológicos, assim como construir uma análise plausível, fazendo uma boa leitura da realidade. “Esse exercício poderá ser potencialmente transformador do mundo social e mostra-se potente também como ferramenta para a pesquisa social que pretenda conhecer e entender um campo-sujeito” (VERONESE e GUARESCH, 2006).

Com essa ferramenta teórica e metodológica, o pesquisador pode analisar o contexto sócio-histórico e espaço-temporal que cerca o fenômeno pesquisado, pode empreender análises discursivas, de conteúdo, semióticas ou de qualquer padrão formal que venha a ser necessário; pode analisar a ideologia como vertente social importante, conferindo um caráter potencialmente crítico à pesquisa, o que vem a ser destacado por Thompson (1998) em sua obra Ideologia e cultura moderna (VERONESE; GUARESCH, 2006).



Para Thompson, o mundo sócio-histórico é um campo-sujeito, o qual é construído pelas pessoas durante suas vidas, por meio de formas simbólicas, como ações, falas, imagens e textos (Veronese e Guaresch, 2006). Ele define a HP de forma resumida como “o estudo da construção significativa e da contextualização social das formas simbólicas” (THOMPSON, 1998, p.363). Ou seja, Thompson expõe que os sujeitos fazem parte de um mundo social, o qual possui tradições históricas, as quais esses sujeitos fazem parte e não são apenas “expectadores” (THOMPSON, 1995, p. 360).

O método da HP possui uma primeira pré-etapa, denominada interpretação da doxa e as fases: análise sócio-histórica, análise formal ou discursiva e interpretação/reinterpretação.

Thompson (1995, p.359) aponta que “os sujeitos que constituem o campo-sujeito-objeto são, como os próprios analistas sociais, sujeitos capazes de compreender, de refletir e de agir fundamentados nessa compreensão e reflexão”. Ou seja, Thompson mostra que o receptor de informações não é passivo e tem consciência para construir sua realidade. Assim, a “Hermenêutica de Profundidade é um método que contribui no entendimento das formas simbólicas, uma vez que elas são produzidas em determinados contextos sociais e históricos, os quais influenciam no seu desenvolvimento” (MOURA e ALMEIDA, 2017).

Nessa fase de análise sócio-histórica, quatro elementos são fundamentais para compreender como ocorrem as produções, circulações e recepção das formas simbólicas. Esses elementos são: situações espaço-temporais, campos de interação, instituições sociais, estrutura social e meios técnicos de transmissão.

Para uma investigação inicial desta pesquisa, fizemos uma análise sócio-histórica do período de 2018, quando se tem um contexto de polarização política, para compreender as perspectivas do movimento #Elenão.

No Brasil, o cenário de polarização política se deu início em 2013, com as manifestações contra o aumento de 20 centavos na passagem de ônibus na cidade de São Paulo. As manifestações em São Paulo levaram outras cidades e capitais a aderirem ao movimento, e a partir disso começaram os protestos e manifestos contra o governo da presidenta Dilma Rousseff. A princípio, esses protestos eram considerados “apartidários”, entretanto grupos insatisfeitos com o governo petista foram às ruas com outras pautas, “algumas comportamentalmente autoritárias e economicamente neoliberais” (MACHADO e MISKOLCI, 2019).



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

Os protestos em 2013, que a princípio eram revelados como “apartidários”, começaram a se moldar com questões contra a corrupção. A Operação Lava-Jato, que se deu início em 2014, foi um processo que facilitou o descontentamento e manifestações contra o governo de Dilma. A mídia fazendo cobertura da operação aumentou o alcance dela, promovendo assim maior insatisfação com o governo. Dessa forma, Dilma foi perdendo apoio no Congresso também.

A partir das manifestações de junho de 2013, não apenas surgem novos movimentos sociais de direita e extrema direita, como também se ampliaram os ataques contra o Governo Federal por diversas frentes: desde a cobertura dos grandes veículos de imprensa, com a construção da ideia de que os casos de corrupção se restringiam ao partido governista (PT) e alguns de seus aliados diretos (SOUZA, 2016), bem como os “vazamentos” de áudios e; os juízes federais que estão à frente da Operação Lava Jato; a frente de oposição parlamentar; atuação do capital internacional, por meio das agências de classificação de risco (ratings) e consultorias econômicas; burguesia doméstica, que impuseram forte pressão sobre os investimentos, produção e o mercado cambial, na prerrogativa de que a “situação política estava gerando instabilidade no mercado”; partidos políticos e movimentos sociais, sobretudo os que surgiram após 2013, como o MBL e o Vem Pra Rua (QUEIROZ, 2018)

Miskolci e Machado (2019) apontam que a articulação dessa nova direita, que se deu em 2013, “evita discutir substancialmente temas como crescimento econômico, desemprego, meio ambiente, educação ou saúde. Em vez disso, seu foco está na disseminação do medo, recorrendo ao expediente de criação de pânicos morais – como os do fantasma da “ideologia de gênero” ou de um possível retorno do “comunismo”.

De acordo com dados do UOL³, mais da metade dos deputados e quase 50% dos senadores eleitos em 2018 eram filiados a partidos considerados de direita. Isso demonstra como a popularidade do Partido dos Trabalhadores (PT) teve uma queda e como a direita vem crescendo no Brasil.

A “luta” contra à corrupção foi ganhando uma nova face e novas reivindicações com essa ascensão da direita. “A retórica anticorrupção progressivamente foi sendo associada e/ou substituída por pautas moralistas/moralizantes no que se refere a gênero e sexualidade, que passaram a se fortalecer, como ocorre até os dias atuais” (MACHADO e MISKOLCI, 2019). É nesse contexto que Bolsonaro ganha visibilidade, com falas machistas e misóginas. Dessa forma, mulheres se unem para protestarem contra Bolsonaro e seus ideais que vão contra as reivindicações feministas.

³ Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/pais/direita-cresce-e-engole-o-centro-no-congresso-mais-fragmentado-da-historia/>



4. #Elenão no portal UOL

O portal de notícias UOL (Universo Online) foi fundado em 28 de abril de 1996 e começou como uma edição diária do jornal Folha de São Paulo. Hoje, é integrante do grupo UOL, que é controlado pela OFL S.A., uma holding administrada pelo empresário Luiz Frias, com ações da empresa Folha da Manhã S.A. e de outros acionistas minoritários. O UOL pertence também ao conglomerado de mídia do Grupo Folha de São Paulo.

O UOL tem produção própria, mas conta com uma rede de mais de 400 parceiros, entre eles estão a Folha de São Paulo, a Band, Discovery, ESPN, RedeTV e Jovem Pan. De acordo com o próprio site, há 11 editorias mais relevantes que são: notícias, carros, economia, esporte, entretenimento, TV e famosos, Jogos, Universa, Viva bem, Educação e TV UOL.

O portal foi selecionado para análise, pois de acordo com a ferramenta SimilarWeb⁴, o site é o 8º mais acessado no Brasil, além de ter uma grande variedade de editorias. Fazendo um levantamento das matérias realizadas de agosto a novembro de 2018 com citações e informações sobre a hashtag, foram obtidas 58 matérias no total. O recorte feito para análise compreende o material empírico encontrado no próprio site do UOL e nos sites que têm parcerias com o UOL.

Analisando previamente as matérias, foi possível notar um aumento do conteúdo de entretenimento, que é resultado da intensificação da concorrência e das pressões exercidas pelos departamentos comerciais das empresas de comunicação. Na maioria das seções analisadas foi possível identificar que há uma frequência muito grande de matérias que mostram o posicionamento político de famosos, celebridades e figuras políticas.

A matéria “De Sônia Braga a Madonna: Mulheres repudiam Bolsonaro no Brasil e no exterior”, da seção Congresso em Foco, pode ser usada como exemplo para demonstrar isso, pois o Congresso em Foco se intitula como “Veículo jornalístico que faz uma cobertura apartidária do Congresso Nacional e dos principais fatos políticos com o objetivo de auxiliar o (e)leitor a acompanhar o desempenho dos representantes eleitos”⁵. Entretanto, apesar do foco editorial ser sobre fatos políticos, fizeram uma matéria sobre posicionamento político de pessoas famosas e personalidades da mídia.

⁴ Disponível em: <https://www.similarweb.com/website/uol.com.br/#overview>

⁵ Disponível em: [Projeto Editorial - Congresso em Foco \(uol.com.br\)](https://www.uol.com.br/congresso-em-foco/)



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

As empresas de comunicação, visando atrair mais leitores e também mais publicidade, muitas vezes parecem optar em ter uma dedicação e espaço maior ao gênero entretenimento do que o informativo. Ou seja, as notícias devem passar a ser construídas para atenderem “o gosto do cliente”, em termos de suas sensações e expectativas imediatas (LOPES; BONISEM, 2019, p.2)

“Roger Waters, do Pink Floyd, recebe vaias e aplausos ao se posicionar contra Bolsonaro” é outra matéria do Congresso em Foco, que também busca associar política e entretenimento. Essa matéria apresenta um histórico de posicionamentos do cantor Roger Waters e é mais detalhada que a outra matéria anteriormente citada.

“Artistas comentam a polêmica do "#elenão" no Prêmio Multishow” é mais um exemplo de matéria que pode se configurar na categoria de entretenimento e aborda sobre política. Essa matéria se encontra na seção Viva bem do UOL e apresenta um vídeo com diversos artistas brasileiros comentando sobre a polêmica do posicionamento da cantora Marília Mendonça contra Bolsonaro.

Esses foram alguns exemplos das diversas matérias do portal UOL, que buscaram relacionar conteúdos de cultura pop e entretenimento com a hashtag #Elenão. Mesmo as matérias apresentando níveis de detalhamentos diferentes, todas tinham o mesmo eixo e objetivo: indicar os nomes de pessoas conhecidas do mundo da música, cinema e internet que estavam aderindo ao movimento #Elenão. Supomos que o portal tinha o intuito de ganhar mais visibilidade ao retratar e associar um movimento grande da internet ao mundo do entretenimento e artistas da cultura pop.

A hashtag #Elenão foi uma das hashtags que teve mais visibilidade no Brasil, uma pesquisa feita pela FGV DAPP⁶ mostrou que a hashtag #elenão impulsionou mais de 1,6 milhão de menções no Twitter. Ela passou a ser usada em diversos outros lugares no mundo também. Estados Unidos, Reino Unido e Portugal, França e Espanha foram alguns dos países que tiveram manifestações contra Bolsonaro. Apesar de ter iniciado na internet, o movimento ganhou as ruas e foi uma das hashtags de cunho transnacional, passando a ser usada no exterior também. O seu impacto foi tão significativo que ganhou espaço na indústria do entretenimento e se tornou pauta em diversos veículos de comunicação da grande mídia, como visto no portal UOL.

⁶ Disponível em: <https://observa2018.dapp.fgv.br/posts/movimento-elenao-impulsiona-mais-de-16-milhao-de-mencoes-no-twitter-contr-a-e-a-favor-de-bolsonaro/>. Acesso em: 17 de ago. de 2023.



(Re)ocupar e (re)existir

9º Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura

5. Referências

- BIROLI, Flávia; MACHADO, Maria das Dores Campos e VAGGIONI, Juan Marco. *Gênero, neoconservadorismo e democracia: disputas e retrocessos na América Latina. 1. ed.* - São Paulo: Boitempo, 2020.
- COSTA, Julia Lourenço e VILELA, Ilca Suzana Lopes. *Tecnografismos no movimento feminista brasileiro #EleNão: uma reflexão discursiva*. In: *Feminismos em convergências: discurso, internet e política*. E-book, 2020.
- FAUSTO NETO, Antônio. *Fragmentos de uma "analítica" da midiatização*. *Revista Matrizes*, v. 1, p. 89-105, 2007.
- FRANÇA, Vera V. *Alcance e variações do conceito de midiatização*. In: *Redes, sociedade e pólis: recortes epistemológicos na midiatização*. Ferreira [et al.] (organizadores). - Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2020.
- GROHMANN, R.; MAURO, R. *O Potencial Teórico do Conceito de Midiatização e os Estudos sobre Classes Sociais na Comunicação*. *Novos Olhares, [S. l.]*, v. 4, n. 1, p. 246-257, 2015. DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2015.85313. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/85313>. Acesso em: 28 fev. 2023.
- LOPES, Daniele Vieira e BONISEM, Fabiano Mazzini. *O Jornalismo na Era Digital: Impactos Percebidos por Repórteres e Editores*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste– Vitória - ES – 03 a 05/06/2019
- MACHADO, J. e MISKOLCI, R. *Das jornadas de junho à cruzada moral: o papel das redes sociais na polarização política brasileira*. Set- Dez. de 2019. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/sant/a/q8zszyJYW3Jf3DBFSzZJPBg/?lang=pt>>. Acesso em: 20 de fev. 2023.
- SARMENTO, Rayza; REIS, Stephanie; MENDONÇA, Ricardo Fabrino. *As Jornadas de Junho no Brasil e a questão de gênero: as idas e vindas das lutas por justiça*. *Rev. Bras. Ciênc. Polít.*, Brasília, n. 22, p. 93-128, jan./abr. 2017. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/YF7MhmZPdy5gvSPydPHMmvh/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em: 27 de dez. de 2022.
- SILVA, Joasey Pollyanna Andrade da; CARMO, Valter Moura do; RAMOS, Giovana Benedita Jaber Rossini. *As quatro ondas do feminismo: lutas e conquistas*. In: *Revista de Direitos Humanos em Perspectiva | e-ISSN: 2526-0197 | Encontro Virtual | v. 7 | n. 1 | p. 101 – 122 | Jan/Jul. 2021*.