
#EleNão: Movimento de Mulheres no Twitter e as eleições presidenciais¹

Alena Moreira Menegusso²

Gabriela Santos Alves³

Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, ES.

Resumo

Há menos de um mês para o primeiro turno das eleições presidenciais, mulheres, indignadas com a possibilidade do candidato do PSL ocupar o cargo mais importante do País, lançaram a campanha #EleNão. O movimento nasceu nas redes sociais e tomou as ruas com protestos em mais de 100 cidades brasileiras e no exterior. Neste artigo analisamos a reverberação do #EleNão no dia das manifestações (29 de setembro) no site de rede social Twitter, buscando os principais conteúdos e termos elencados à hashtag propulsora desta campanha, para compreender, em que medida, a campanha constitui uma resistência feminina e feminista à uma onda conservadora e aos retrocessos de direitos das mulheres.

Palavras-chave

Feminismo. Cibercultura. Eleições. Twitter. Big Data.

Introdução

O presente artigo é parte de um trabalho que começou a tomar corpo na graduação com o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) para o Curso de Comunicação Social realizado na Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) e se estendeu à pesquisa que teve início em março de 2019, no Programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

A questão central do trabalho parte de uma tentativa de entender como o Feminismo Contemporâneo se configura, quais são as principais pautas e discussões que

¹ Trabalho apresentado na DT 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019.

² Mestranda no Programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

³ Professora Doutora do Programa de pós-graduação em Comunicação e Territorialidades da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes).

norteiam a ação política dos grupos feministas no presente e qual a sua relação com as antigas demandas das mulheres. Faço aqui um retorno a um binômio antigo da epistemologia feminista: a ocupação dos territórios público e privado.

Nesse sentido, estudo o movimento liderado por mulheres (#EleNão) que tem sua gênese nas redes sociais e atinge as ruas brasileiras colocando em pauta questões como a defesa da democracia, da vida das mulheres e dos LGBTQ+. Um grande levante de mulheres na esfera pública brasileira que surge em meio a um contexto de crise política e econômica, às vésperas de uma eleição marcada pela ascensão de discursos conservadores no país.

Analisamos a reverberação da #EleNão no dia das manifestações (29 de setembro) no site de rede social Twitter, buscando os principais conteúdos e termos elencados à hashtag propulsora desta campanha, para compreender, em que medida, a campanha constitui uma resistência feminina e feminista à uma onda conservadora e aos retrocessos de direitos das mulheres.

Contexto em que tem início o movimento #EleNão

Há menos de um mês para o primeiro turno das eleições presidenciais de 2018, usuárias das redes sociais, indignadas com a possibilidade do candidato do PSL ocupar o cargo mais importante do país, lançaram a campanha #EleNão. Entendendo que a repetição do nome do deputado acabou promovendo a fama e a ascensão do discurso conservador, as usuárias optaram por não o nomear na hashtag.

O movimento começou a tomar corpo em setembro no Facebook quando a publicitária Ludimilla Teixeira criou um grupo chamado “Mulheres Unidas Contra Bolsonaro”. Em pouco tempo e com mulheres adicionando outras usuárias ao grupo, a comunidade atingiu mais de um milhão de membros. O sucesso da campanha, não passou despercebido entre os admiradores do candidato: o grupo foi hackeado e o nome alterado para “Mulheres com Bolsonaro”. Em contrapartida, as mulheres restabeleceram o grupo utilizando a configuração privada (por meio de convites) e bateram a marca de três milhões de mulheres.

Ao mesmo tempo que o grupo se restabelecia, outros usuários, principalmente mulheres e LGBTQ+, postavam em suas redes que eles não apoiavam o militar da reserva, assumindo a hashtag #EleNão. A hashtag se difundiu rapidamente pelas redes sociais, sendo um dos assuntos mais falados nos Trending Topics do Twitter – os 10 principais tópicos mais discutidos na rede social. O apelo se deu principalmente às minorias, conclamando mulheres e LGBTQ+ a se posicionarem contra o candidato.

Impulsionado inicialmente pelas mulheres, o movimento passa a abarcar diversas pautas como a defesa da democracia e dos direitos humanos. As hashtags representam não apenas a recusa de um candidato, mas também a luta contra as ideias do retrocesso, do fascismo, da ditadura militar e, principalmente, da onda conservadora que se levantava no Brasil.

A pressão promovida pela rede atingiu também as celebridades, em especial, as que trabalham com o público feminino e LGBTQ+, que passaram a se posicionar também contra a candidatura do militar da reserva. As celebridades brasileiras elaboraram uma corrente desafiando outros famosos a postar vídeos próprios apoiando a #EleNão. Até mesmo a jornalista Rachel Sheherazade, conhecida por declarações conservadoras, surpreendeu ao fazer coro à #EleNão⁴.

No dia 29 de setembro, o movimento #EleNão testou sua força nas ruas de 114 cidades brasileiras e algumas cidades no exterior (em Nova York, Lisboa, Paris e Londres)⁵. Organizadores do evento tentaram estimar o número de participantes por meio da área ocupada pelos manifestantes. As estimativas do número de presentes apontaram cerca de 100 mil pessoas no Largo da Batata, em São Paulo, e 25 mil na Cinelândia, no Rio, no momento de pico. Em resposta, houveram também atos em 40 cidades, a favor do candidato do PSL, mas que não tiveram tanta expressividade.

4 CATRACA LIVRE. Rachel Sheherazade surpreende e se posiciona contra Bolsonaro. Publicado em: 18/09/2018. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/cidadania/rachel-sheherazade-surpreende-e-se-posiciona-contrabolsonaro/>> Acesso em: 21/09/2018

5 BBC. #EleNão: A manifestação histórica liderada por mulheres no Brasil vista por quatro ângulos. Publicada em: 30/09/2018. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013> > Acesso em: 04/11/2018

A impopularidade do militar da reserva entre as mulheres era evidente, as pesquisas eleitorais⁶ mostravam a discrepância nas intenções de voto no público feminino e masculino. Muitos acreditavam que esse grande levante de mulheres seria capaz de barrar o candidato, no entanto, o candidato conseguiu se eleger com cerca de 55% dos votos. Apesar disso, o fenômeno constituiu uma importante manifestação de mulheres, que ocuparam o espaço público (online e nas ruas), do qual foram excluídas ao longo da história, e colocaram em pauta a defesa da democracia e dos direitos humanos.

Reflexões sobre a mulher na esfera pública e privada

Por muito tempo a desigualdade entre homens e mulheres “foi assumida como um reflexo da natureza diferenciada dos dois sexos e necessária para a sobrevivência e o progresso da espécie” (BIROLI; MIGUEL, 2014, p.17). Partindo da compreensão de que essa visão de mundo acentua as assimetrias sociais existentes, o movimento feminista caminhou para um viés crítico mais amplo da sociedade, buscando nas ciências humanas, na filosofia e na psicologia entender os mecanismos que corroboram nesse sistema de dominação masculina (BIROLI; MIGUEL, 2014).

Vale lembrar, ao longo da história muitas mulheres se revoltaram contra as opressões de gênero. Para Garrachón e Ten (2008), a insubordinação feminina, bem como a consciência feminista coexistem paralelamente com o sistema patriarcal. No entanto, o recorte sobre o qual vamos nos debruçar abarca os movimentos e do arcabouço teórico feminista ocidental que pode nos permitir uma compreensão mais aproximada da situação brasileira atual. Neste viés, considera-se que o movimento feminista seja dividido em ondas, cada qual com suas particularidades.

Mary Wollstonecraft (1759-1797) em sua obra “Uma reivindicação dos direitos da mulher” inaugura o pensamento feminista introduzindo a crítica entre a exclusão das

⁶ G1. Datafolha de 29 de setembro para presidente: rejeição dos candidatos por região, renda, sexo, faixa etária e religião. Publicado em: 29/09/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/09/29/datafolha-de-29-de-setembro-para-presidente-rejeicao-dos-candidatos-por-regiao-renda-sexo-faixa-etaria-e-religiao.ghtml>. Acesso em: 29/09/2018.

mulheres na esfera pública e a opressão sofrida no espaço privado. Assim tem início as querelas da primeira onda feminista: a busca por inclusão na esfera pública. Tratava-se de equiparar a situação feminina, estendendo às mulheres os direitos advindos do pensamento liberal que haviam sido conquistados pelos homens na Revolução Francesa⁷. Direitos que visavam o acesso ao voto, à educação e à propriedade privada são reivindicações centrais dessa onda, entendidas como imperativos para a participação da mulher na esfera pública (MIGUEL; BIROLI, 2017).

Embora o direito ao voto tenha sido conquistado pelas sufragistas, na maior parte dos regimes eleitorais, nas primeiras décadas do século XX, “não houve uma redefinição das hierarquias no espaço doméstico ou da rediscussão das fronteiras entre público e privado” (MIGUEL, 2016, p.1).

Por muito tempo, a mulher foi a única responsável pelas tarefas domésticas do lar. As atividades essenciais à vida de qualquer ser humano como cozinhar, lavar a roupa, arrumar a cama, varrer o chão, dentre tantas outras tarefas que “fazem o mundo girar” foram associadas com o sujeito mulher e com o universo feminino. “Assim como as obrigações maternas de uma mulher são aceitas como naturais, seu infinito esforço como dona de casa raramente é reconhecido no interior da família” (DAVIS, 1981).

Se são tarefas essenciais e todo mundo precisa delas, por que elas deveriam ser tarefa exclusiva da mulher? Por quê quem as realiza não tem prestígio social? Outras feministas questionaram inclusive por que essas atividades não são remuneradas? Para Ângela Davis, o trabalho feminino nem sempre foi assim “uma vez que, como todos os fenômenos sociais, as tarefas domésticas são um produto dinâmico da história humana” (DAVIS, 1981, p.226).

No período colonial nos Estados Unidos as mulheres produziam a maioria dos artigos de que sua família precisava, atuavam como fiadeiras, tecelãs, costureiras; produziam sabão, manteiga, velas entre outros bens necessários. Eram responsáveis por

⁷ Direitos que só foram conquistados com auxílio das mulheres nas frentes de batalha e também na elaboração teórica do movimento, que contou com a participação de expoentes como Mary Wollstonecraft e Olympe de Gouges (1748 – 1796).

colher ervas selvagens que seriam utilizadas como remédios; partilhavam conhecimentos sobre a natureza e desempenhavam funções de enfermeira, médica e parteira dentro de sua comunidade (WERTHEIMER, 1977). Para Davis, na economia capitalista o trabalho doméstico “orientado pela ideia de servir e realizado pelas donas de casa, que raramente produzem algo tangível com seu trabalho, diminui o prestígio social das mulheres em geral” (DAVIS, 1981, p.228).

A Revolução Industrial levou a uma reestruturação da produção econômica, que passou a se dar no interior das fábricas: “toda a economia se deslocou para longe da casa, deixando muitas mulheres despojadas de papéis econômicos significativos” (DAVIS, 2016, p.230). Outra mudança radical foi “a revalorização generalizada da produção necessária ao novo sistema econômico”: os bens produzidos em casa que satisfaziam às necessidades básicas da família dão lugar à mercadoria produzida nas fábricas, cuja importância residia no valor de troca, portanto, na capacidade de gerar lucro aos donos das fábricas.

Ocorre então uma separação estrutural entre a economia familiar doméstica e a economia voltada ao lucro do capitalismo. Nesse quadro, as tarefas domésticas, incapazes de gerar lucro passam a ser definidas como uma forma inferior de trabalho em comparação com o trabalho assalariado. A “dona de casa” surge como um subproduto ideológico dessa transformação sustentado por ideais burgueses de feminilidade, que passa a ser difundido junto ao “American Way of Life”, como modelo universal de mulher a ser seguido.

Contudo, esses ideais não condiziam com a realidade de milhares de mulheres imigrantes que inundavam as fileiras da classe trabalhadora, tampouco se aproximava à vida das mulheres negras que trabalhavam “duramente fora de casa como produtoras forçadas da economia escravagista do Sul” (DAVIS, 2016, p.230).

A realidade do lugar da mulher na sociedade estadunidense do século XIX envolvia as mulheres brancas, cujos dias eram gastos na operação das máquinas das fábricas em troca de salários extremamente baixos, assim como certamente envolvia as mulheres negras, que trabalhavam sob a coerção da escravidão. A “dona de casa” refletia uma realidade parcial, pois ela era, na verdade, um símbolo da prosperidade econômica de que gozavam as classes médias emergentes (DAVIS, 2016, p.231).

Friedrich Engels argumenta em sua obra clássica “Origem da família, da propriedade privada e do Estado”, a origem da desigualdade entre os gêneros está no advento da propriedade privada, uma vez que a divisão sexual do trabalho anterior ao sistema capitalista, era complementar, e não hierárquica. A mulher coletora era vista como membro produtivo da comunidade tão respeitável quanto o homem caçador (DAVIS, 2016).

Silvia Federici contrapõe a teoria marxista-leninista de que a mulher tem menos poder no capitalismo simplesmente pelo fato de “como dona de casa” não estar inserida nas relações capitalistas. A autora afirma que a discriminação tem origem na formação do capitalismo, construído sobre diferenças sexuais existentes; em que o papel da mulher fora reconstruído para cumprir novas funções sociais. (FEDERICI, 2004)

[...]a diferença de poder entre mulheres e homens e o ocultamento do trabalho não remunerado das mulheres por trás do disfarce da inferioridade natural permitiram ao capitalismo ampliar imensamente “a parte não remunerada do dia de trabalho” e usar o salário (masculino) para acumular trabalho feminino. Em muitos casos, serviram também para desviar o antagonismo entre homens e mulheres. Dessa forma, a acumulação primitiva foi sobretudo uma acumulação de diferenças, desigualdades, hierarquias e divisões que separaram os trabalhadores entre si, inclusive alienaram a eles mesmos (FEDERICI, 2004, p.233 e 234)

A partir de 1932, quando as mulheres adquiriram o direito ao voto no Brasil, a figura feminina começa a aparecer na esfera pública, vista como uma persona perigosa, que deveria ser controlada. Alguns espaços e discursos lhe foram permitidos, outros assuntos lhe foram negados, continuaram a ser de exclusividade masculina (PINTO, 2010).

Após as conquistas relacionadas ao voto, esse feminismo inicial perde sua força, retornando com mais veemência na década de 1960. Enquanto a Europa e os EUA viviam, nos anos 1960, uma dinâmica efervescente de mudanças culturais e revoluções (como o Maio de 1968 em Paris e os movimentos de contracultura); o Brasil enfrentava a repressão política de um governo ditatorial. Lutava-se pela democracia e pelos direitos humanos.

Na América Latina, a luta contra a violência doméstica, conjugal e sexual ainda ocupa um papel central na pauta feminista. No Brasil, grupos feministas focaram no combate à violência pelas vias estatais. Em 1984, fundaram o Conselho Nacional da Condição da

Mulher (CNDM)⁸, que promoveu em conjunto com o Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA), de Brasília – uma campanha nacional para a inclusão dos direitos das mulheres na nova constituição elaborada em 1988 (SANTOS, 2010).

No hemisfério norte, atualmente se fala de uma Terceira Onda feminista, no entanto, a realidade na América Latina e no Brasil leva autoras como Sardenberg (2014) a crer que a Segunda Onda não chegou ao fim no Brasil – uma vez que ainda temos muito a avançar nas pautas contra a violência de gênero e na questão da autonomia.

O surgimento da internet e a inserção da sociedade nas lógicas do ciberespaço, marcaram profundamente a relação dos seres humanos e a tecnologia. Os movimentos feministas tem mostrado que as redes podem ser bastante frutíferas. Além de utilizar a Web para publicar textos, formar grupos elas lançam mão da plataforma para organizar campanhas históricas (muitas que começam na rede e se espalham para as ruas; e outras que buscam ocupar o meio virtual criando volume e colocando diversos assuntos em pauta nas redes sociais e na mídia). Um exemplo foram as campanhas contra o assédio que utilizavam as hashtags #PrimeiroAssédio e #MeuAmigoSecreto.

As Novas Tecnologias da Informação e a Internet despontam como plataformas importantes para a luta política dos movimentos sociais. O modus operandi desses movimentos valoriza a horizontalidade e autonomia entre os membros, que encontram nas redes um espaço frutífero para fins de organização, articulação e enfrentamento com setores conservadores da sociedade, funcionando como uma espécie de contrapoder (CASTELLS, 2013).

As revoluções e manifestações estão hoje centralizadas nas pessoas comuns, que se sensibilizam com os problemas de sua sociedade e, sem organização definida, começam a criar conteúdo para chamar a atenção das outras pessoas. Não é necessário mais pedir ajuda aos grandes meios de comunicação para publicar um pensamento: podemos fazê-lo de graça na internet (SHIRKY, 2010).

Todavia, reconhecemos as limitações materiais e o fato de que o acesso à tecnologia não foi amplamente democratizado. Entendemos também que embora o ciberespaço tenha se mostrado uma plataforma com múltiplas potencialidades para alavancar a luta das mulheres, no entanto, coabitam ali setores retrógrados da sociedade. As disputas narrativas se avolumam na internet, num embate entre setores progressistas e conservadores, muitas vezes usando de estratégias tecnológicas como os bots e as fake News para emplacar “verdades” e convencer o público geral.

Metodologia de coleta e visualização de dados por meio da #EleNãO

Por se tratar de uma pesquisa com grandes volumes de dados (*Big Data*), utilizamos *softwares, scripts e aplicativos* específicos para manusear os dados e conseguir gerar visualizações capazes de responder às perguntas trazidas pelo trabalho. Foram necessárias várias etapas: processo de coleta, visualização, análise e interpretação dos dados.

A escolha do site de rede social Twitter se deu em razão da constância no uso de *hashtags* pelos usuários e pela privacidade dos perfis, definido, por padrão como público. Optamos por realizar a coleta dos tweets por meio da #EleNãO do dia 29 de setembro, dia em que ocorreram as manifestações conclamadas pelo movimento homônimo.

Para a extração e mineração de dados utilizamos o *script Ford*, desenvolvido pelo Laboratório de Estudos em Imagem e Cibercultura (Labic) da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes). Primeiramente fornecemos os termos ou *hashtags* a serem coletados, e então, o *Ford* aciona a API (“*Application Programming Interface*”) da plataforma desejada e retorna os dados sistematizados em formato de tabela. Nessas tabelas enormes, cada linha corresponde a uma categoria que contém os textos publicados, datas, horários, perfis, *retweets*, engajamento, localização, entre outros. Este banco de dados ou “DataSet” é a base da nossa pesquisa.

Ao todo encontramos 531.632 tweets, vindos de 185.037 usuários. Sendo que o programa reconheceu 78.538 tweets originais (que não são *retweets*) de 53.664 usuários. Haviam postagens de 37 países, e o Brasil estava no topo. A partir dos dados fornecidos pelo *Ford* foi possível gerar uma representação gráfica das palavras e *hashtags* mais

Na Figura 3 podemos observar a nuvem de hashtags relacionadas, que são as mais utilizadas em conjunto com a hashtag principal da campanha #EleNão. O top 5 das hashtags: 1) #elenao, 2) #epelavidadasmulheres, 3) #elenunca, 4) #elejamais, 5) #brasildefato.

As hashtags #épelavidadasmulheres e #nãomereçoserestuprada estão em consonância com as principais pautas feministas na América Latina: a luta contra a violência de gênero, que perpassa o assédio, estupro a violência física e o feminicídio. O movimento enxerga que protestar contra o candidato do PSL, não se trata apenas de barrar um avanço da direita, mas uma questão de vida ou morte de mulheres¹⁰ e LGBTQ+. Tudo isso tem um impacto muito grande quando se trata da realidade brasileira, país cuja taxa de feminicídios é a quinta maior do mundo (de 4,8 para 100 mil mulheres), segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS).

Outros indicativos importantes sobre o movimento #EleNão foram observados ao longo do DataSet e nas postagens mais retuitadas. O tweet¹¹ que mais reverberou ao longo do dia 29/09, com 49 mil retweets e 71 mil likes tratava-se de um vídeo com um compilado de entrevistas e declarações polêmicas do militar da reserva. O foco estava em apresentar o candidato como preconceituoso (machista, racista, homofóbico). Ataca-se então a persona construída em torno do candidato, e não seu plano de governo ou o seu despreparo político. A estratégia adotada é utilizar as falas do candidato contra ele, no entanto, não parece funcionar entre seus admiradores, uma vez que eles parecem concordar com os valores morais defendidos por ele.

¹⁰ Em 2015, foi publicado o “Mapa da Violência”, um estudo específico sobre homicídios entre o público feminino, que constatou que num período de 10 anos (2003 a 2013) houve crescimento de 54% na taxa de feminicídios de mulheres negras, passando de 1.864 para 2.875. Leia mais em: <https://nacoesunidas.org/onu-feminicidio-brasil-quinto-maior-mundo-diretrizes-nacionais-buscamos-solucao/>

¹¹ Disponível em: <https://twitter.com/dhelama/status/1041711472659898369>

O terceiro tweet¹² mais compartilhado consistia numa montagem em vídeo com os depoimentos de 60 figuras públicas femininas (musicistas, atrizes, escritoras, youtubers) expondo os porquês de serem contrárias ao candidato. Na edição de montagem, optaram pelo filtro preto e branco, acreditamos que o recurso seja para uniformizar o vídeo (que foram gravados pelas próprias celebridades), mas que também confere um tom mais dramático, de denúncia e contestação. A presença de muitas celebridades na campanha #EleNão, não é um fato ocasional. O feminismo atual se tornou muito popular com o advento da internet, e mostrou a crescente adesão de figuras públicas ao movimento.

O movimento feminista, tem se mostrado um grande mobilizador de campanhas pelos direitos das mulheres, contra o assédio, o estupro e a violência doméstica. Essas campanhas têm como marca registrada o uso de hashtags, a ocupação do ciberespaço e o compartilhamento de relatos. Esses fatores combinados contribuiriam para gerar redes de solidariedade, coletivos que saíram às ruas “unidas”, ”juntas”.

As narrativas são carregadas de sentimento, como podemos notar pelo uso dos termos “amor”, “luta”, “orgulho”, “unidas”, “juntas”. Vemos em muitas postagens, a euforia de ocupar as ruas das grandes cidades, o que por si só já constitui uma conquista para o próprio movimento. Um exemplo é postagem da cantora IZA (a segunda mais compartilhada no dia 29/09), uma fotografia da manifestação no Rio de Janeiro, vista de cima com os dizeres “Mulheres do Brasil Quanto orgulho!! #EleNão”.

Apesar de não conseguir barrar a eleição do militar da reserva, o movimento #EleNão constituiu um momento histórico em que as mulheres se juntam numa multidão heterogênea de indignadas. As mulheres brasileiras tomaram a liderança e a atenção do espaço público num frenesi de emoções, que influenciou o agendamento da discussão política e a ocupação urbana por meio de inúmeros protestos. Assim, elas revolucionaram ao romper com antigas amarras que as prendiam a assuntos relativos somente à questão

¹² Confira na íntegra: <https://twitter.com/demiexpect/status/1046059068606074883>

feminina, mostraram que tem musculatura para mobilizar um país inteiro e buscar a participação democrática efetiva.

Referências bibliográficas

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. 1. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. S.Paulo: Boitempo, 2016 [1981]

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a bruxa. Mulheres, corpo e acumulação primitiva**. Trad. Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.

GARRACHÓN, R. S.; TEN, L. M. **Guía de formación para la participación social y política de las mujeres: manual de la alumna**. Barcelona: Ajuntament de Sant Boi de Llobregat y Disputació de Barcelona, 2008.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. **Feminismo e política: uma introdução**. São Paulo: Boitempo, 2014.

MIGUEL, Luis Felipe. **CAROLE PATEMAN AND THE FEMINIST CRITIQUE OF THE CONTRACT**. Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092017000100503> Acesso em: 10/04/2019.

PINTO, Regina Céli. **Feminismo, História e Poder**. In: Revista Sociologia Política, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, 2010.

SARDENBERG, C.; COSTA, A. A. Contemporary feminisms in Brazil: achievements, challenges, and tensions. In: Revista Feminismos, Salvador, v. 2, n. 2, maio-ago 2014.

SANTOS, C. M. Da delegacia da mulher à Lei Maria da Penha: absorção/tradução de demandas feministas pelo Estado. In: Revista Crítica de Ciências Sociais, v. 89, p. 153-170, junho 2010.

SHIRKY, Clay. A cultura da participação. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

WERTHEHEIMER, Barbara. **We Were There: The Story of Working Women in America**. 1977