



# Informação e empoderamento feminino no Instagram: estudo a partir de coletivos feministas

**Anna Raquel de Lemos Viana**

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, Brasil  
anna.lviana@ufpe.br; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0376-5725>

**Izabel França de Lima**

Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil;  
belbib@gmail.com; ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2701-5432>

**Gilberta Santos Soares**

Espaço Psicanalítico da Paraíba, João Pessoa, PB, Brasil;  
gilbertass@gmail.com; ORCID <https://orcid.org/0000-0002-7903-0178>

**Resumo:** Considera-se espaço de empoderamento aquele no qual é possível ressignificar, construir e reconstruir representações e identidades atravessadas pelas representações sociais, historicamente engendradas na sociedade. Analisa-se três coletivos de mulheres que atuam em prol de uma sociedade democrática e com igualdade de gênero, com base em novas narrativas, sendo mulheres vinculadas à universidade e ao mercado, sem vínculo estrutural. Objetiva-se analisar como a rede social digital Instagram constituiu um espaço de empoderamento feminino. Para isso, utilizam-se como instrumentos de coleta de dados entrevistas semiestruturadas individuais com mulheres que compunham a coordenação e o gerenciamento dos perfis no Instagram. Para analisar e tratar os dados, optou-se pela Análise do Discurso do Sujeito Coletivo, um método que consiste em resgatar representações sociais significativas presentes. O estudo indicou que o Instagram é compreendido como um lugar de informação e empoderamento. Além disso, os coletivos servem para dar voz à identidade das mulheres como feministas e maximizar suas ações no Instagram, possibilitando um espaço de representação e agenciamento coletivo, no qual utilizam a informação como imperativo para a relação de uma subjetividade política e social com ações de conscientização, promovendo o empoderamento das mulheres.

**Palavras-chave:** informação; empoderamento feminino; coletivos feministas; Instagram

## 1 Introdução

Raça, classe e gênero são marcadores sociais estruturantes na formação da sociedade brasileira. Todavia, essa construção é baseada em critérios excludentes e de inferiorização de certos grupos. Desfazer o mito da inferioridade feminina é

uma das tarefas assumidas pelas teóricas feministas ao proporem ampliar a democracia e torná-la menos excludente e mais plural.

Apesar das conquistas históricas do movimento feminista ocidental, que objetivavam promover a justiça social e a igualdade de gênero – inclusive materializadas em forma de leis e políticas públicas –, ainda persistem padrões sexistas que inferiorizam as mulheres e limitam seus espaços culturais, sociais, econômicos e políticos. Mulheres de diferentes classes sociais, escolaridade, raça, etnia, idade, orientação sexual e localidade são submetidas à subordinação e a diferentes formas de violência.

Contudo, há resistência a partir de sujeitos que reagem à opressão e lutam contra o disciplinamento da dominação por meio da contra narrativa, contando tanto a história pessoal, quanto a história coletiva da qual pertencem. Sob essa referência, reconhecem-se como semelhantes e diferentes.

Nas redes sociais, as pautas feministas tendem a ser instrumentos por meio dos quais as mulheres podem se expressar e se tornarem visíveis, em oposição às mídias tradicionais que, majoritariamente, tentam obliterá-las, agendá-las e aprisioná-las em um “mundo das mulheres” (BUIIONI, 1981, p. 7): “No caso das mulheres, as mídias convencionais continuam a silenciar, secundarizar e excluir suas vozes. Porém, elas podem usá-los numa tentativa de se expressar enquanto grupo e ganhar visibilidade no espaço público” (CERQUEIRA; RIBEIRO; CABECINHAS, 2009, p. 113).

Além de ganhar visibilidade, uma das características do feminismo nas redes sociais é mobilizar mulheres e transpor os espaços virtuais para espaços urbanos — as ruas. Essa mobilização é vista por Castells (2013) como uma ação preponderante, pois são “espaços de autonomia, muito além do controle de governos e empresas que, ao longo da história, haviam monopolizado os canais de comunicação como alicerces de seu poder” (CASTELLS, 2013, p. 7).

As redes sociais funcionam baseadas em algoritmos. Um algoritmo é um conjunto de regras e operações matemáticas responsáveis por determinar os conteúdos que aparecerão no *feed* dos(as) usuários(as). Inicialmente, o algoritmo do Instagram era baseado na cronologia das postagens, ou seja, apareciam de acordo com a ordem de data e horário. Em 2016, o Instagram atualizou o

algoritmo e passou a organizar a distribuição de postagens, considerando os hábitos e as preferências do perfil de cada usuário(a) dentro da plataforma.

Na atualização, o app passou a se guiar pelo interesse de cada usuário(a), a fim de que as preferências deles apareçam com prioridade no *feed*. Para isso, os algoritmos levam em consideração o nível de envolvimento/engajamento dos usuários(as) e decidem se determinado post é relevante ou não, contabilizando o número de curtidas, comentários, visualizações e compartilhamentos. Quanto mais interações, mais chances de aparecer com recorrência para os(as) usuários(as).

Com base nessa dinâmica, percebe-se o controle das redes sociais quanto ao conteúdo, para quem e quando, favorecendo a lógica algorítmica-capital, criando obstáculos para a produção de conteúdo contra hegemônicos. Portanto, é necessário articular e reconhecer a importância das redes sociais digitais para ocupar as ações na rua como espaço de autonomia.

O *Instagram*, por meio do armazenamento e do compartilhamento, possibilita que se registrem as informações, a fim de ficar “já organizado em escala coletiva e planetária, mesmo que em um modelo não-linear” (CUNHA, 2011, p. 356). Por esse motivo, constitui-se como um lugar de disseminação da informação, ou seja, um lugar no qual ela pode ser recuperável por princípio e (re)construída, sendo organizada de forma orgânica com a sociedade. Assim, para entender a forma como um grupo de mulheres feministas se organiza na contemporaneidade, por meio das redes sociais, questiona-se: Como a rede social digital *Instagram* se constitui um espaço de informação e empoderamento de mulheres feminista?

O artigo objetiva analisar como a rede social digital *Instagram* se constituiu em um espaço de informação e empoderamento feminino. Nessa pesquisa, buscamos mapear as dinâmicas do ativismo na apropriação do *Instagram* e avaliar as contribuições de três coletivos feministas de João Pessoa, na construção das representações sociais da ação feminista no espaço do *Instagram*, com vistas ao fortalecimento do feminismo.

Guia-se no interesse de possibilitar novos pontos de vista sobre o complexo fenômeno da informação, atravessada pelas representações sociais,

historicamente engendradas na sociedade, apoiado por três perspectivas. A primeira é a de mulheres vinculadas à universidade (Coletivo EmpodeRI); a segunda, ao mercado (Nossa Fala); e a terceira perspectiva, a autônoma, (Leia Mulheres JP).

## **2 Movimento Feminista e os estudos feministas**

O Movimento Feminista é um movimento social, político e cultural. Uma epistemologia e uma prática de vida através da qual as mulheres tomaram consciência e se organizaram, como coletivo, para enfrentar a opressão, a dominação e a exploração as quais foram, historicamente, submetidas, em diferentes esferas e formas. A apropriação masculina do poder político, econômico, cultural e social impediu as mulheres do direito ao voto, à educação, ao trabalho produtivo, à participação na vida pública e aos espaços públicos de modo geral, o que acumulou, para eles, poder e visibilidade.

As sufragistas ou sufragetes foram feministas que lutaram pelo direito ao voto em diversos países do Ocidente, no fim do século XIX e início do século XX, como forma de garantir a participação política das mulheres. Dessa forma, deram significativa contribuição para mudar a ideia de que as mulheres eram o sexo frágil, naturalmente submissas e incapazes de atuar na vida pública e profissional. Exigiam a participação da mulher nas decisões políticas e civis da nação e a inclusão na democracia.

A revolução francesa foi um marco na história do movimento feminista, haja vista a ausência das mulheres na Declaração dos Direitos dos Homens e dos Cidadãos. O documento abordou apenas os direitos dos homens, já que os considerava sujeitos universais, sem abordar a realidade das mulheres que viviam com menos direitos que os homens. Em resposta, Olympe de Gouges, em 1791, escreveu a *Declaração dos Direitos das Mulheres e da Cidadã*, em que solicitava a igualdade jurídica e política:

Que essa declaração possa lembrar sempre, a todos os membros do corpo social seus direitos e seus deveres; que, para gozar de confiança, ao ser comparado com o fim de toda e qualquer instituição política, os atos de poder de homens e de mulheres devem ser inteiramente respeitados; e, que, para serem fundamentadas, doravante, em princípios simples e incontestáveis, as reivindicações

das cidadãs devem sempre respeitar a constituição, os bons costumes e o bem estar geral (GOUGES, 1971, p. 1).

A reivindicação dos direitos das mulheres denuncia, a partir da socialização de meninas e meninos, a ideia de que a diferença entre os gêneros não é algo natural, mas cultural. Nesse sentido, desmistifica a noção da anatomia como destino que define o gênero e demanda uma educação igualitária para a construção da igualdade de gênero.

O fim da década de 1980 foi marcado pela dissolução da União Soviética, com a queda do muro de Berlim, das ditaduras na América Latina e com a revolução da comunicação. A tecnologia e a internet causaram mudanças no paradigma da comunicação. A década de 1990 também foi marcada pelo crescimento do debate sobre questões como patriarcado, racismo, sexualidade, violência contra mulheres, empoderamento feminino, diversidade sexual, entre outros.

Mulheres negras e lésbicas apresentaram novas demandas e discussões para o Movimento Feminista, a partir de experiências que cruzam gênero, raça e orientação sexual. O conceito de Interseccionalidade aborda a sobreposição de opressões que afetam sujeitos com identidades sociais sobrepostas, conferindo uma singularidade ao tipo de discriminação (CRENSHAW, 2002). "A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos da subordinação" (CRENSHAW, 2002, p. 6).

Algumas mulheres feministas utilizam a noção do patriarcado para descrever um regime de relações patriarcais entre homens e mulheres, o qual rege a sociedade como um todo, sobretudo no controle dos homens para com o corpo das mulheres, incluindo diferentes formas de violência. Em meados da década de 1980, o termo patriarcado foi criticado pelo seu uso de forma universal, generalizando situações e descontextualizando-as historicamente.

Saffioti (2004) destaca a relevância do conceito do patriarcado como categoria que trata de um fenômeno social relevante, posto que desnaturaliza a submissão de um gênero a outro:

O patriarcado refere-se a milênios da história mais próxima, nos quais se implantou uma hierarquia entre homens e mulheres, com

primazia masculina. [...] o conceito de gênero carrega uma dose apreciável de ideologia. E qual é essa ideologia? Exatamente a patriarcal, forjada especialmente para dar cobertura a uma estrutura de poder que situa as mulheres muito abaixo dos homens em todas as áreas da convivência humana. É a essa estrutura de poder, e não apenas à ideologia que a acoberta, que o conceito de patriarcado diz respeito (SAFFIOTI, 2004, p. 136).

O principal argumento para manter as desigualdades entre homens e mulheres se fundamentava na diferença sexual. A perspectiva feminista apontou a falácia em compreender o sexo como um dado natural inelutável, um destino. Para se contrapor a esse argumento, foi preciso demonstrar as normas e as prescrições sociais que definem e mantêm o que se concebe por masculino e feminino. Trata-se de demonstrar a força dos discursos hegemônicos e as construções históricas na sociedade, conduzindo, dessa forma, o debate para o campo social e realçando o processo de formação dos conceitos através dos discursos.

Bourdieu (1999, p. 156) afirma que “o corpo biológico é socialmente modelado”, apontando ‘um corpo politizado’ ou, se preferimos, uma política incorporada. A visão androcêntrica do mundo é naturalizada a partir da ideia de que o masculino é o padrão, o referente da representação coletiva, sob a forma de posições e disposições do corpo em que são percebidas como expressões naturais da anatomia sexual. Por meio da representação binária, cultiva-se a ideia de que há um sujeito masculino central e um sujeito oposto feminino. O masculino representa o positivo, tornando-se um sujeito superior. A percepção do sujeito feminino não é caracterizada por uma identificação, é marcada pela falta, é um objeto. Consequentemente, temos regras diferenciadas que geram uma diferença sexual (BOURDIEU, 1999). Estas regras limitam as possibilidades de ocupação dos espaços sociais pelas meninas e criam um ambiente favorável para a discriminação e para as mais diferentes formas de violência contra mulheres.

A sociedade é permeada por relações de poder. Sendo assim, nas relações sociais, o poder é manifestado (FOUCAULT, 2012) e “não pode ser retirado nem recusado, mas somente deslocado” (BUTLER, 2018, p. 215). Em um cenário esperado, o poder oscila de maneira orgânica, saudável e dinâmica. Porém, predomina o poder masculino, o qual exclui e violenta o feminino. Bourdieu (1999) chamou esse fenômeno de dominação masculina, em que o poder se

mantém de forma mascarada nas relações. Bourdieu (1999, p. 155) diz: “uma relação desigual de poder comporta uma aceitação dos grupos dominados, não sendo, necessariamente, uma aceitação consciente e deliberada, mas, principalmente, de submissão pré-reflexiva”.

Isso acontece por meio dos símbolos que constituem nossas estruturas de pensamento e provocam a violência simbólica, muitas vezes, imperceptível, uma vez que está dentro das categorias de entendimento, legitimando as práticas e historicizando o que parece natural. Assim, a dominação masculina passa a ser vista como comum e esperada, logo, muitas vezes, não é contestada.

Atualmente, no feminismo, destaca-se o uso das redes sociais para propagar as ideias feministas, através de algumas pautas: mulheres na mídia, cultura do estupro, abusos no ambiente de trabalho e na universidade, a partir de palavras-chaves como liberdade e igualdade. Há, também, o conceito de sororidade, referente à força da união entre as mulheres, o qual é baseado no companheirismo para o alcance em comum.

## **2.1 O feminismo nas redes sociais**

O relatório digital 2019 é um levantamento sobre os hábitos de informação dos brasileiros encomendado pela *We Are Social* e da *Hootsuite*. Nele, revelam-se dados que vão desde a penetração da Internet até o uso de *smartphones* e redes sociais. O relatório mostra que 50,9% das mulheres, com acesso à Internet, usam-na intensamente; enquanto os homens representam 49,1%. Em relação à faixa etária, 54% são acessos de jovens e adultos com idade entre 18 e 34 anos. O acesso entre idosos(as) com mais de 65 anos é de apenas 3,3%.

Segundo a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (IBGE, 2019), a Região Sudeste apresenta o maior índice de habitantes conectados (72,3%), seguida do Centro-Oeste (71,8%) e Sul (67,9%), enquanto o Nordeste e o Norte trazem os menores índices, com, respectivamente, 52,3% e 54,3% de cidadãos *on-line*.

Essas pesquisas mostram que o acesso à Internet, no Brasil, está entre os jovens e as mulheres e que a população que não acessa a Internet é, dentre outros motivos, por falta de habilidade com o computador, de necessidade e de recursos

econômicos para bancar os custos que envolvem a compra de equipamentos e o acesso à rede mundial de computadores.

As relações entre o ser humano e a Internet alteram a lógica da relação da sociedade e dos grupos sociais, os quais são, historicamente, obliterados e excluídos. Isso se dá porque as mídias sociais, sobretudo as redes sociais, “constituem um valioso ambiente em que muitos processos políticos acontecem na sociedade contemporânea” (GARCÊZ, 2011, p. 231).

De maneira técnica, Recuero (2009) define rede social como:

[...] um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009, p. 24).

As redes sociais oferecem elementos que possibilitam reestruturar uma nova paisagem sociocultural, através de manifestações e pressões populares, ao permitir que indivíduos de grupos subalternos se encontrem em rede, conscientizem e colaborem com a luta por causas sociais com mais rapidez e capacidade de abrangência.

Embora não tenha emergido nas dinâmicas das redes sociais, a Internet tem possibilitado que grupos sociais busquem visibilidade e reconhecimento, promovendo a justiça social. Fraser (2002) menciona que toda a sociedade, esteja ela conectada ou não, tem percorrido caminhos de “lutas por reconhecimento” e agora, de forma reconfigurada, estão atuando com uma nova justiça social, caracterizada por uma “nova proeminência da cultura sobre a política” (FRASER, 2002, p. 8).

A autora acredita que esse cenário é um retorno denso da política de estatuto, que busca o reconhecimento e, ao mesmo tempo, declive proporcional da política de classe. Esse contexto social também acontece com o movimento feminista: “Se a primeira fase do feminismo pós-guerra procurou aproximar o gênero do imaginário socialista, a segunda fase enfatizou a necessidade de ‘reconhecer a diferença’” (FRASER, 2007, p. 296).

O momento é de se buscar justiça em indicadores sociais antes não considerados, como raça, gênero, sexualidade, religião e nacionalidade. Porém, Fraser (2002) sugere que é preciso um movimento de reconhecimento que aprofunde a redistribuição e não somente a substitua o que ela chama de “concepção bidimensional de justiça”:

Por um lado, ela [justiça] deve abarcar as preocupações tradicionais das teorias de justiça distributiva, especialmente a pobreza, a exploração, a desigualdade e os diferenciais de classe. Ao mesmo tempo, deve igualmente abarcar as preocupações recentemente salientadas pelas filosofias do reconhecimento, especialmente o desrespeito, o imperialismo cultural e a hierarquia de estatuto [...] O resultado seria uma concepção bidimensional de justiça, o único tipo de concepção capaz de abranger toda a magnitude da injustiça no contexto da globalização (FRASER, 2002, p. 11).

A autora menciona a necessidade de superar o dilema redistribuição-reconhecimento, que recorre a concepções de justiça de teor economicista em oposição às culturalistas, no sentido de analisar os processos de exclusão de minorias como produtos “de construções de padrões culturais intencionalmente forjados para cumprir com o objetivo do não-reconhecimento e do desrespeito de determinadas categorias e grupos sociais como negros(as), gays, mulheres” (LIMA, 2016, p. 121). Fraser (2007) acrescenta que o aprofundamento da justiça de gênero parte desse conceito bidimensional de justiça articulada às lutas sociais e culturais e à política de redistribuição e do reconhecimento.

Nas redes sociais, as pautas feministas tendem a ser uma ferramenta por meio da qual as mulheres podem se expressar e se tornarem visíveis, uma vez que elas podem usá-las numa tentativa de se expressar enquanto grupo e de conseguir “ganhar visibilidade no espaço público” (CERQUEIRA; RIBEIRO; CABECINHAS, 2009, p. 113).

Um dos benefícios dos coletivos de se usar o *Instagram* é o fato de ele ocupar espaços. O *Relatório Digital in 2019*, pesquisada do site *We Are Social*, apresenta como está a vida dos brasileiros nas mídias sociais. O *Instagram* está em quarto lugar, com 71%, precedido do Youtube (95%), do Facebook (90%) e do WhatsApp (89%). Portanto, é importante estar presente digitalmente, a fim de possibilitar agenciamentos coletivos por meio da ampliação da capacidade de circular.

O movimento feminista, por sua vez, também se apropria desses espaços para potencializar as lutas em esfera pública. Segundo Holanda (2018), há uma diferença do feminismo atual para as fases anteriores, evidenciada a partir do amplo uso das redes sociais. As formas como as ativistas contemporâneas utilizam as redes sociais para se reconstruírem e como ferramenta de militância.

Silva (2019) corrobora com esse pensamento quando afirma que vivemos um ressurgimento do interesse do feminismo, associado ao uso das redes sociais, as quais são veículos de trocas de informação e se tornam bases para uma nova forma de organização política, em que há uma democracia conectada e participativa.

Portanto, o *Instagram* é um veículo de comunicação interna e externa, que pode atuar como ferramenta de organização, articulação e fortalecimento dos ideais feministas, no qual as mulheres contestam a misoginia, a LGBTfobia, o sexismo, o racismo, a xenofobia, entre outros preconceitos, a partir de uma popularização da informação.

Em razão disso, “é preciso olhar tanto para as motivações dos sujeitos, quanto para os usos que eles fazem dela em contextos específicos” (MAIA, 2011, p. 69). Por isso, a pesquisa se esforça para compreender, a partir da etnografia virtual e das entrevistas com as mulheres dos coletivos estudados, a perspectiva feminista na construção de uma sociedade democrática e com igualdade de gênero, com base em novas narrativas.

Nas redes sociais, as mediações são feitas por meio das representações e das construções identitárias, pois “cada rede social tem sua própria dinâmica e isto está ligado de alguma maneira à própria arquitetura da tecnologia sobre a qual é construída a interação social” (MARTINO, 2014, p. 56). Em geral, as pessoas criam sua conta e seu perfil de acordo com os que os representam no ambiente *on-line* e, através dessas representações, vão se moldando e deixando rastros digitais de acordo com suas características e preferências, identificações e lugares de fala.

O *Instagram* está inserido nesse contexto digital e é entendido como um artefato cultural utilizado por pessoas, organizações, grupos e coletivos (RECUERO, 2009). Essa rede social foi criada por Kevin Systrom e Mike

Krieger, em 2010. Por meio dela, podem-se aplicar filtros digitais e compartilhá-los em uma variedade de serviços de redes sociais. Pode ser usada para compartilhar fotos, imagens, vídeos e mensagens.

É uma rede social em que os(as) usuários(as) podem ver fotos e vídeos das pessoas que seguem. Nela, há a página do usuário, por meio da qual os(as) usuários(as) têm acesso às atualizações do *feed* (fotos e postagens definitivas) e aos stories (postagens impermanentes), à medida que são publicados.

### **3 Procedimentos metodológicos**

Para responder às questões levantadas, realizamos uma pesquisa exploratória no *Instagram*, a fim de mapear os coletivos feministas atuantes na rede social *Instagram*, localizados na cidade de João Pessoa – Paraíba.

A escolha do estudo, a partir do *Instagram*, é a oportunidade e a facilidade para acessar e recuperar dados, já que são disponibilizados todos os dados agrupados em um *link*. Assim, os coletivos podem organizar os conteúdos publicados em algum tipo de arquivo ou repositório. Também é fácil armazenar as interações e as trocas de experiências, o que fortalece ainda mais a identidade das feministas e do coletivo. Ao valorizar um conteúdo em formato de imagem quadrada, o *Instagram* desvaloriza os que contêm textos extensos e prejudica, de certa maneira, conteúdos que precisam de informação para serem compreendidos.

É necessário, também, planejar horário, data e quantidade de postagens, visto que a plataforma disponibiliza limite diário de publicação por conta. Ademais, com o objetivo de monetizar, o algoritmo favorece as publicações pagas, o que contribui para disseminar as desigualdades e a exclusão digital. Grandes organizações têm a oportunidade de se tornarem mais reconhecidas devido ao impulsionamento nas postagens.

Considerando as vantagens e as limitações, e por entendê-lo como um artefato cultural, o campo empírico desta pesquisa foi a rede social *Instagram* dos coletivos *@leiamulheres*, *@nossafala* e *@empodeRi*, a fim de entender a produção da memória e o discurso por meio dos diferentes significados em seus distintos contextos culturais, bem como as relações sociais provenientes do desejo humano de se comunicar e os processos técnicos.

Os critérios empregados para a triagem da pesquisa foram: (1) ser usado como estratégia para compartilhar assuntos sobre e para mulheres; (2) ter presença digital (número de seguidores superior a 1.000); (3) ter frequência nas publicações e garantir, significativamente, o engajamento e o alcance de público; (4) ser organizado por mulheres; (5) ter participantes e principais atividades desenvolvidas na cidade de João Pessoa, ou seja, mulheres residentes nesta cidade que tenham disponibilidade para realizar as entrevistas.

A partir da triagem, três coletivos compuseram o universo da pesquisa. O primeiro coletivo é formado por mulheres, majoritariamente, estudantes do Curso de Relações Internacionais da Universidade Federal da Paraíba (UFPB): o **empodeRI**. O segundo coletivo é **Leia Mulheres João Pessoa**. O grupo se reúne, mensalmente, para discutir sobre uma obra de autoria feminina, previamente escolhida, a partir de um planejamento trimestral, que é votado pelas participantes no *Instagram*. O terceiro coletivo escolhido, **Nossa Fala**, foi lançado no dia oito de março de 2020, estrategicamente no Dia Internacional das Mulheres, já que o propósito era de dar visibilidade às mulheres e incentivar a união feminina e a formação de redes de apoio.

Para identificar as dinâmicas do ativismo na apropriação do *Instagram*, por parte do coletivo, analisamos as *hashtags* mais frequentes, utilizadas pelos coletivos, “tendo em vista que a utilização das *hashtags* tem sido frequente em diversas campanhas de caráter feminista na rede e que tais ‘palavras de ordem’ têm funcionado como elementos fundamentais na tessitura de um discurso digital.” (SANTOS; FREITAS, 2019, p. 436).

De maneira orgânica e sistemática, as feministas se organizam, a fim de lutar por visibilidade, justiça e igualdade de gênero. Dentre algumas campanhas que viralizaram nas redes sociais, por meio das *hashtags*, destacaram-se:

*#chegadefiufiu*: campanha mobilizada pelo coletivo *Think Olga*, com o objetivo de reprimir o assédio sexual em espaços públicos, o qual é, muitas vezes, romantizado como elogio. Em apenas cinco dias, a iniciativa havia rendido 82 mil tuítes e retuítes. *#somostodosMaju*: a campanha foi criada em resposta aos comentários racistas feitos à jornalista negra, Maria Júlia Coutinho, em 2015. Tornou-se um dos assuntos mais comentados do *Twitter*.

#NãoMereçoSerEstuprada: O Instituto Econômico de Pesquisa Aplicada (IPEA) divulgou o resultado de uma pesquisa, com moradores de quase quatro mil domicílios do país, em que 65% apoiavam que “mulheres que usam roupas que mostram o corpo merecem ser atacadas”. As mulheres utilizaram a *hashtag* para mostrar a insatisfação.

#EleNão: Em repúdio ao candidato à Presidência, mulheres se manifestaram e ganharam força no Brasil e no mundo, a partir de perfis famosos que compartilharam e popularizaram, sobretudo, o feminismo jovem. Mas ele alcançou a Presidência.

Os resultados demonstraram também que as *hashtags* precisam ser analisadas por meio do contexto e dos elementos linguísticos que a compõem, com o intuito de compreender o cenário, com o objetivo de que o tema discutido seja compreendido. Dessa forma, categorizamos os conteúdos dos coletivos e analisamos sua ocorrência utilizando o software *VOSviewer*<sup>1</sup> para construir redes de relacionamento.

Visando minimizar as interpretações, majoritariamente, subjetivas e conferir validade aos resultados obtidos nessa etapa (pesquisa etnográfica virtual), adotamos os entrecruzamentos com entrevistas semiestruturadas. As entrevistas ocorreram através do *Google Meet*, de maneira individual com cada integrante, resultando em três entrevistas. Para a realização das entrevistas, a proposta de perguntas foi submetida à apreciação e anuência do Comitê de Ética do Centro de Ciências da Saúde (CCS) da UFPB, aprovada por meio do parecer de número 4.618.613.

Assim, para a análise e o tratamento dos dados, escolhemos a análise do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), um método que é empregado para resgatar representações sociais significativas presentes na sociedade e na cultura de determinado universo (ALCÂNTARA; VESCE, 2008), a partir de entrevistas individuais com perguntas abertas, que reúnem discursos similares e complementares.

#### 4 Análise dos dados

Na figura 1, apresentamos uma nuvem de palavras, que criamos no site *WordCloud*<sup>2</sup>. Esta nuvem nos possibilitou uma representação visual com a frequência e o valor das *hashtags* utilizadas:

Figura 1 - Nuvem de palavras criada a partir das *hashtags* usadas no coletivo



Fonte: Elaborado pelas autoras.

Nessa representação, as palavras com a fonte maior foram usadas com mais frequência. Elas são: “EmpodeRI” (18), “notazero” (18), “pecsufpb” (17), “nossafala” (17), “dia das mães” (15), “leiamulheres” (14), “semanadasmães” (12), “coletivoempodeRI” (12).

Nessa análise, o coletivo EmpodeRI foi o que mais utilizou as *hashtags*, destacando seu nome e campanhas promovidas, como o “Campanha Nota Zero” contra o assédio na universidade. A campanha contou com divulgação, exposição fotográfica, debates, palestras, confecção de cartazes, entre outras atividades. Outro destaque foi “PECSUFPB”, utilizada para divulgar os debates sobre as propostas de Emenda à Constituição (PEC), contra as quais o coletivo se

posicionou. Percebemos, então, as *hashtags* como autorreferências ao demarcarem a relação do recurso indexado com o coletivo, fortalecendo a identidade do coletivo.

No caso do Leia Mulheres e do Nossa Fala, apesar da menor frequência no uso das *hashtags*, as participantes também as utilizaram como autorreferência. Contudo, as *hashtags* são utilizadas com mais frequência para identificar o assunto ou conteúdo (nome do livro, da autora e do evento).

O Coletivo Nossa Fala, em específico, foi o que menos utilizou *hashtags*. Só foram encontradas 32, sendo todas com caráter de abrangência nacional e política. Outro ponto específico foi o fato de que todos os coletivos compartilharam *hashtags* de denúncia ao governo, demonstrando insatisfação para com as ações e as medidas do atual governo, por exemplo “elenão”, “30M” e “14J”, em alusão aos projetos desenvolvidos em 30 de maio e 14 de junho; além de “haddadpresidente” e “dia7voudepreto”.

A partir da análise dos dados, podemos afirmar que o recurso da *hashtag* vai além de um mecanismo de busca, posto que funciona como “palavra-argumento” (HUSSON, 2015) ao desempenhar a função de organizar os textos e agrupá-los, materializando domínios de informação e sendo capaz de articular o conteúdo com outros elementos disponibilizados no *Instagram*.

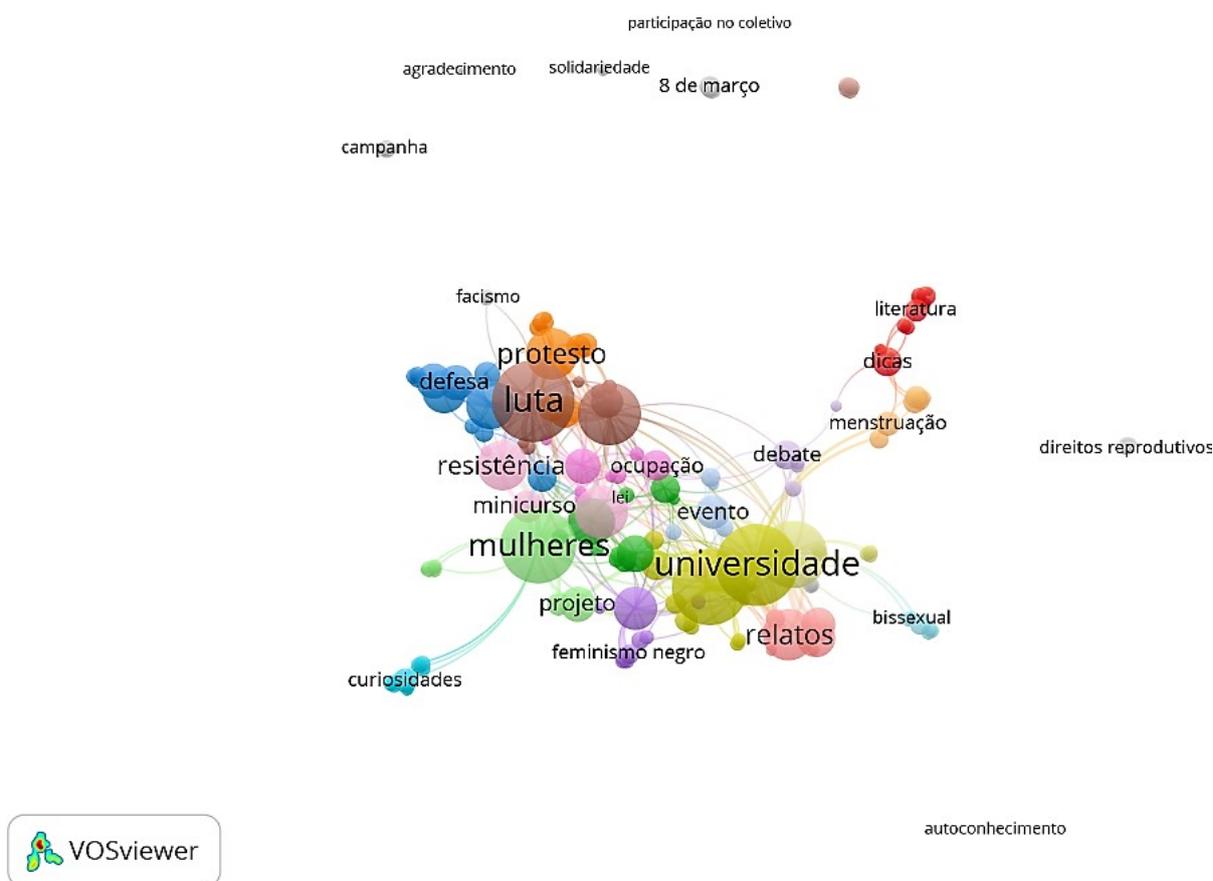
#### **4.1 Análise da coocorrência dos assuntos**

Os resultados demonstraram também que as *hashtags* precisam ser analisadas por meio dos elementos linguísticos que a compõem, de modo que o tema discutido seja compreendido. Dessa forma, categorizamos os conteúdos dos coletivos e analisamos sua coocorrência utilizando o *software VOSviewer*<sup>3</sup> para construir redes de relacionamento.





**Figura 4 - Redes de coocorrência dos assuntos do coletivo EmpodeRI**



Fonte: Elaborado pelas autoras.

No EmpodeRI, diferentemente dos outros dois coletivos, os assuntos estão mais interligados e mais equilibrados em relação à quantidade. Esse coletivo aborda assuntos que envolvem o contexto da universidade e ações desenvolvidas dentro e fora dela: projetos, relatos, mulheres, eventos, ocupação, resistência e minicurso e, comum a todos os outros coletivos, o feminismo negro. Condição, portanto, com as *hashtags* utilizadas, em que predominaram as de autorreferência e a de promoção do coletivo.

#### 4.2 Análise das entrevistas

A seguir, os resultados qualitativos referentes aos discursos das entrevistadas serão apresentados e analisados com base no Discurso do Sujeito Coletivo (DSC). Buscamos saber, no contexto informacional, quais eram as motivações e a experiência que despertavam nas participantes a intenção de participar do

coletivo. Para a pergunta 01: “Qual sua motivação em participar do coletivo?”, obtivemos os seguintes resultados:

**Quadro 1** - Dados sobre a circulação de determinado local em determinado período de tempo

**Categoria 1:** Informação e Conhecimento teórico e **Categoria 2:** Emancipação e engajamento das mulheres no cenário local;

**Discurso Sujeito Coletivo:** Ter conhecimento teórico, informação que suprisse minha carência de literatura de autoria feminina, também para movimentar o cenário local e conseguir a união das mulheres, para conseguir uma maior emancipação e construir um mundo mais justo e autêntico.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Apesar do tempo e de todo o crescimento dos grupos feministas, continuamos subjugadas à supremacia masculina, uma vez que precisamos enfrentar o androcentrismo e conquistar espaços na vida pública. Nesse cenário, a informação é empoderadora, pois possibilita que as mulheres conheçam seus direitos e possam exercê-los amplamente. De acordo com Dodebei e Gouveia (2008, p. 8), “no ciberespaço, a acumulação do conhecimento se dá no domínio coletivo no qual a informação é permanentemente construída e reconstruída”. Nesse sentido, destacam-se a informação e a memória como elementos estruturados e estruturantes do conhecimento e dos saberes.

Os coletivos também possibilitam o engajamento das mulheres, as mulheres encontram um espaço para se juntarem com outras mulheres e buscarem a emancipação.

Para Abath e Ireland (2002, p. 230), a mulher só alcançará o empoderamento e a melhoria de seu status se as três dimensões do poder – a economia, a política e a social – forem remodeladas: “Essas três dimensões têm o mesmo ponto de intercessão: informação e conhecimento.”.

Ao focar a perspectiva de autonomia e emancipação feminina, com base na informação e no conhecimento, as mulheres entrevistadas disseram que a motivação para participar do coletivo é justamente a possibilidade de se juntar com outras mulheres para, de forma coletiva, aprofundar o conhecimento sobre o feminismo, a fim de subsidiar ações que movimentam o cenário local, no caso, a cidade de João Pessoa. O objetivo é, de maneira gradual, contribuir para construir um mundo mais igualitário.

Outro aspecto relevante é a percepção da informação como memória, considerando que, embora as mulheres sejam agentes de seu contexto, suas expressões são regidas por um corpo de conhecimento tradicional, adquirido da sociedade, o qual chamamos de memória social (POLLAK, 1989).

Ainda sobre o aspecto da memória, a motivação para criar coletivos, adquirir conhecimento e modificar a realidade nos mostra um grande potencial para intervir no funcional social. É na memória que todos os conhecimentos são adquiridos por saberes antes produzidos por outras mulheres. Desse modo, a memória social é um veículo de aprendizagem e de mudanças.

Sobre a utilização do *Instagram* como rede social para o coletivo, obtivemos as seguintes respostas:

**Quadro 2** - Dados sobre a circulação de determinado local em determinado período de tempo

<b>Categoria 3:</b> Praticidade e <b>Categoria 4:</b> Grande alcance;
---

<b>Discurso Sujeito Coletivo:</b> Porque o público é maior, é uma mídia de alto alcance e as pessoas já estão acostumadas com o funcionamento da rede.
--

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Ainda que existam assimetrias em relação ao consumo de conteúdos, haja vista as estruturas de poder que envolvem as grandes empresas de comunicação, o *Instagram* possibilita aos coletivos novas formas de se articular e se organizar, com dinâmicas de ação coletiva, ampliação para diferentes mulheres e a possibilidade de construir um espaço para debater e construir memória. “Compreende-se que a ocupação de determinado espaço, em determinado tempo deixa marcas indeléveis que se fixam na memória coletiva de um povo” (COSTA, 2013, p. 22). Ao criar conteúdo não hegemônico, as mulheres constroem uma história diferente da contada pelas estruturas de poder, visto que estas estruturas provocam a supremacia masculina no espaço público, originalmente designado pelo e para os homens.

No discurso do sujeito coletivo, podemos observar que elas conseguem atingir um público maior e ter mais alcance, portanto, a:

construção de espaços virtuais, as relações laborais relacionadas com o tele trabalho, a ambiguidade entre o próximo-distante e o distante-próximo, os processos de descentralização local e integração supranacional resultam numa nova redefinição do espaço público (ABELÉM; FARRELL; YANNOULAS, 2004, p. 263).

Considerando os motivos de participar do coletivo e do uso da rede social *Instagram*, investigamos o percurso e as circunstâncias para participar do coletivo, como demonstrado no quadro 3, a seguir:

**Quadro 3** - Dados sobre a circulação de determinado local em determinado período de tempo

**Categoria 5:** Encontro com outras mulheres e **Categoria 6:** Universidade como base para coletivos feministas

**Discurso do sujeito coletivo:** Eu já era feminista antes, mas na escola não tinha organizações feministas então foi surgindo aquela inquietação de fazer alguma coisa mais voltada para a militância feminista mesmo. Eu comecei mesmo na faculdade. [...] durante o curso de graduação foi quando eu comecei a perceber que existia uma lacuna muito grande entre as minhas leituras de livros escritos por homens e de livros escritos por mulheres, só na graduação percebi que essa lacuna vinha desde a educação básica. Conversei com minha amiga de infância do colégio, e foi a partir do estudo, da teoria feminista, foi a partir de uma participação maior, nesse tipo de movimento, movimento de protesto que tinha bastante. E aí eu me propus a pesquisar.

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Embora apenas um coletivo desenvolva ações voltadas para a comunidade acadêmica, o discurso expressa a importância da universidade para consolidar o coletivo. É na universidade, segundo o discurso, que as mulheres se unem com outras com os mesmos propósitos – buscar sua emancipação – para construir coletivos e ações que fortaleçam a memória, pois a memória “evoca histórias e situações diferentes cheias de detalhes e sentimentos que só podem ter relação e importância quando aqueles que ali passaram se unem ou se comunicam” (COSTA, 2013, p. 23).

Também se percebe a articulação entre a atividade profissional das mulheres e o engajamento com o feminismo. A partir de experiências voltadas ao mercado, utilizam de autonomia produtiva para criar projetos voltados às pautas do feminismo.

As mulheres disseram que se sentem insatisfeitas com a realidade social à qual são submetidas, porém, não encontraram “lugares de apoio” que fortaleçam o empoderamento do coletivo. Isso implica dizer que “no Brasil, as organizações não-governamentais feministas têm tido a dupla e importante função de buscar atingir tanto o público universitário quanto a base do movimento e de estimular o diálogo entre estudantes e pesquisadores” (MIGUEL, 2003, p. 21).

Essa ação, através da universidade, tem importância tanto para a Academia, quanto para os coletivos, porque a produção livre, sem o rigor da

metodologia científica, pode produzir o efeito de “oxigenação” do pensamento acadêmico, ao levar a pauta a diferentes meios e mulheres, alcançando espaços não formais de educação e atingindo o universo material delas. Ao mesmo tempo, a universidade e a produção científica disponibilizam métodos, teorias e evidências que podem balizar as ações desenvolvidas pelos coletivos.

A provocação evidenciada nesse discurso é o desafio de aprofundar e estimular as relações não só entre os coletivos feministas e os centros, mas também entre as disciplinas e os núcleos da universidade, intensificando a militância, com o fim de que as mulheres alcancem a autonomia e a liberdade nas várias dimensões de sua vida social.

## **5 Considerações finais**

Preocupamo-nos em mapear as dinâmicas do ativismo na apropriação do *Instagram* e concluímos que é imprescindível as mulheres se unirem para pensar em estratégias de transformação, o que exige organização. Como é fácil de usar, de acessar e de alcançar, o *Instagram* é um terreno fértil e propício para o ativismo das mulheres. É um local no qual podem se posicionar e ter um espaço para serem ouvidas, apresentarem suas histórias, relatarem suas diferenças e revelarem as desigualdades e opressões que permeiam suas vidas. O *Instagram* cria possibilidades materiais e simbólicas para que consigam se manifestar e movimentar o cenário local de João Pessoa.

Avaliamos as contribuições de três coletivos feministas no que diz respeito à disseminação da informação e às representações sociais que envolvem a ação feminista no espaço do *Instagram*, compreendendo que os coletivos fortalecem a identidade das mulheres, como feministas, e conseguem, no *Instagram*, maximizar suas ações. Isso se justifica porque a rede possibilita um espaço de trocas e agenciamento coletivo, unindo mulheres de diferentes realidades que se sentem bem recepcionadas para desenvolver diversas funções, aprimorando competências e trocando experiências.

Com a possibilidade de contar novas narrativas, com base nas percepções e nas representações das mulheres, os coletivos utilizam a informação como

imperativo para a relação de uma subjetividade política e social, com ações de conscientização e atividades coletivas, visando o empoderamento delas.

Especificamente no atual contexto brasileiro, a disseminação da informação pelos coletivos feministas é ainda mais importante devido à presença do conservadorismo, no qual se tenta apagar a história da resistência política. Outro fato a se destacar é a potencialização dos espaços virtuais no contexto da Pandemia Covid-19, em que o isolamento social tem sido enfrentado através da interação *on-line* para fins de estudo, trabalho, sociabilidade e mobilização política.

Outra contribuição dos coletivos foi fornecer um arcabouço teórico para embasar as ações, visto que a maior parte está atrelada aos estudos de grupos da universidade. Este arcabouço teórico assume um papel preponderante na formação feminista das mulheres.

É importante ressaltar que a pesquisa nos possibilitou entender que, embora ainda não tenhamos alcançado uma sociedade sem injustiças e desigualdades, a informação no *Instagram* gerou um espaço para as mulheres serem ouvidas com mais frequência. Nesse processo, elas vêm se sensibilizando, interagindo com outras mulheres, construindo um empoderamento e se fortalecendo na medida em que as publicações permitem a representação de diferentes mulheres, a partir de experiências vividas e compartilhadas, ampliando a visão de pertencimento.

## Referências

ABATH, Rachel Jofilly; IRELAND, Timothy. A tecnologia da informação e comunicação e o empoderamento da mulher. *In: AQUINO, Mirian de Albuquerque (org.). O Campo da ciência da informação: gênese, conexões e especificidade.* João Pessoa: Ed. UFPB, 2002. p. 201-214.

ABELÉM, Antônio; FARRELL, Lilia Rodrigues; YANNOULAS, Silvia Cristina. Geografia de uma política pública de trabalho e renda integrada de descentralizada, com considerações de gênero. *In: YANNOULAS, Silvia Cristina (org.). A Convidada de pedra: mulheres e políticas públicas de trabalho e renda - entre a descentralização e a integração supranacional.* Brasília: FLACSO, 2004. p. 251-268.

ALCÂNTARA, Anelise Montañes; VESCE, Gabriela Eyng Possolli. As representações sociais no discurso do sujeito coletivo no âmbito da pesquisa qualitativa. *In: CONGRESSO NACIONAL DE EDUCAÇÃO, 8., 2008, Paraná. Anais [...].* Paraná: PUC-PR, 2008. p. 2208-2220.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

BUITONI, Dulcilia Helena Schroeder. **Mulher de Papel:** a representação da mulher pela imprensa feminista brasileira. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero:** feminismo e subversão da identidade. 16. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2018.

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

CERQUEIRA, Carla; RIBEIRO, Luisa Teresa; CABECINHAS, Rosa. Mulheres & Blogosfera: contributo para o estudo da presença feminina na “rede”. **Ex Aequo**, Vila Franca de Xira, n. 19, p. 111-128, 2009.

COSTA, Bruno Marcelo. A Escola como espaço de memórias e formação de identidades(s). **Movendo Ideias**, Belém, v. 18, n. 2, p. 22-26, 2013.

CRENSHAW, Kimberle. Documento para o encontro de especialistas em aspectos da discriminação racial relativos ao gênero. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 171-188, jan. 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2002000100011>. Acesso em: 30 mar. 2023.

CUNHA, Mágda Rodrigues da. A Memória na era da reconexão e do esquecimento. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 17, n. 2, p. 101-115, jul./dez. 2011.

DODEBEI, Vera; GOUVEIA, Inês. Memória do futuro no ciberespaço: entre lembrar e esquecer. **DataGramZero**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 5, out. 2008.

FOUCAULT, Michel. **Discipline and punish:** The birth of the prison. New York: Vintage, 2012.

FRASER, Nancy. A justiça social na globalização: redistribuição, reconhecimento e participação. **Revista crítica de ciências sociais**, Coimbra, n. 63, p. 7-20, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.4000/rccs.1250>. Acesso em: 28 mar. 2021.

FRASER, Nancy. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 15, n. 2, p. 291-308, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2007000200002>. Acesso em: 29 mar. 2021.

GARCÊZ, Regina de Lucas. Lutas por reconhecimento dos surdos e conversação política no Orkut: Quando temas sensíveis definem a trajetória das discussões. *In*: MAIA, Rousiley Celi Moreira; GOMES, Maia Wilson;

MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. **Internet e Participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 231-256.

GOUGES, Olympe de. **Declaração dos direitos da mulher e da cidadã**. São Paulo: Universidade de São Paulo, 1971.

HOLANDA, Heloisa Buarque. **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. São Paulo: Editora Companhia das Letras, 2018.

HUSSON, Anne Charlotte. # ThéorieDuGenre, #Gender: deux hashtags à rôle argumentatif. **(Dis)cursives**, Marseille, 1 jun, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). PNAD Contínua: Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua. **IBGE**, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html>. Acesso em: 30 mar. 2023.

LIMA, Francisco Jozivan Guedes. Para além do dilema redistribuição-reconhecimento: Nancy Fraser e a concepção bidimensional de justiça. **ethic@-An international Journal for Moral Philosophy**, Florianópolis, v. 15, n. 1, p. 126-141, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1677-2954.2016v15n1p126>. Acesso em: 30 mar. 2023.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. Internet e esfera civil: Limites e alcances da participação política. *In*: MAIA, Rousiley Celi Moreira. **Internet e esfera civil: Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 47-77.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das mídias digitais: Linguagens, ambientes e redes**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

MIGUEL, Sônia Malheiros. Publicando nas ONGs feministas: entre a academia e a militância. **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 11, n. 1, p. 271-283, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2003000100019>. Acesso em: 30 mar. 2023.

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista estudos históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.

SANTOS, Kátia Alexsandra; FREITAS, Maria Gabriela Perussolo. A onda das hashtags: O feminismo em 140 caracteres. **Letra Magna**, Cubatão, v. 15, n. 24, 2019.

SILVA, Jacilene Maria. **Feminismo na atualidade**: a formação da quarta onda. Washington: Amazon Digital Services LLC, 2019.

## **Information female empowerment in Instagram: study from feminist collectives**

**Abstract:** The space of empowerment is considered to be the space to re-signify, construct, and reconstruct representations and identities traversed by social representations, historically generated in society. Three groups of women who work to build a democratic society with gender equality are analyzed, based on new narratives, women linked to the university; to the market; without a structural link. The objective is to analyze how the digital social network Instagram became a space of empowerment and feminist identity. For this, semi-structured interviews with women who made up the coordination and management of profiles on Instagram were used as data collection instruments. To analyze and treat the data, we opted for the Collective Subject Discourse Analysis, a method that consists of rescuing significant social representations present. The study indicated that Instagram corresponds to the points exposed and understood as a place of information and empowerment and that collectives served to give voice to the identity of women as feminists and maximize their actions on Instagram, allowing a space of collective representation and agency, in which they use information as an imperative for the relationship of a political and social subjectivity with awareness actions promoting the empowerment of women.

**Keywords:** information; female empowerment; feminist collectives; Instagram

Recebido: 06/04/2022

Aceito: 07/03/2023

### **Declaração de autoria**

**Concepção e elaboração do estudo:** Anna Raquel de Lemos Viana, Izabel França de Lima e Gilberta Santos Soares.

**Coleta de dados:** Anna Raquel de Lemos Viana, Izabel França de Lima e Gilberta Santos Soares.

**Análise e interpretação de dados:** Anna Raquel de Lemos Viana, Izabel França de Lima e Gilberta Santos Soares.

**Redação:** Anna Raquel de Lemos Viana, Izabel França de Lima e Gilberta Santos Soares.

**Revisão crítica do manuscrito:** Anna Raquel de Lemos Viana, Izabel França de Lima e Gilberta Santos Soares.

**Como citar:**

VIANA, Anna Raquel de Lemos; LIMA, Izabel França de; SOARES, Gilberta Santos. Informação e empoderamento feminino no Instagram: estudo a partir de coletivos feministas. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 29, e-123530, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1590/1808-5245.29.123530>



---

<sup>1</sup> Ferramenta de software para construir e visualizar redes bibliométricas.

<sup>2</sup> Site que permite gratuitamente criar nuvem de palavras utilizando diversas formas e imagens.

<sup>3</sup> Ferramenta de *software* para construir e visualizar redes bibliométricas.