

## As performances em torno da *hashtag* empoderamento feminino na rede social *Instagram*

### RESUMO

Tendo em vista que a rede social *Instagram* constitui um meio poderoso para compartilhar informações, vender produtos e influenciar pessoas por meio de suas ferramentas, objetiva-se pesquisar, a partir de um perfil novo e anônimo, as performances de um agrupamento de 35 publicações com a *hashtag* “empoderamento feminino”. Buscou-se investigar se haveria uma controvérsia em torno das performances de empoderamento feminino nas publicações analisadas. Foram definidos os seguintes objetivos específicos: fazer um inventário dos atores nessas publicações e descrever como eles performam o empoderamento feminino; identificar as principais performances de empoderamento feminino que emergem da descrição dos atores presentes nas publicações; analisar as divergências e controvérsias entre as principais performances de empoderamento feminino identificadas. Foi realizada uma pesquisa qualitativa, sendo a fonte de dados documental. Para responder se há ou não controvérsias, fez-se uso da primeira lente de observação proposta por Venturini em sua cartografia de controvérsias. Por meio das análises, identificou-se que as publicações analisadas performam o empoderamento de quatro maneiras principais, sendo elas: empoderamento feminino como luta de corpos excluídos, empoderamento feminino como empreendedorismo, empoderamento feminino como busca pela liberdade e empoderamento feminino como valorização da autoestima. Conclui-se que as publicações analisadas se distanciaram do empoderamento feminino como um ato social e coletivo que problematiza a opressão das mulheres ao colocar em primeiro plano a intenção de venda de algum produto ou serviço. Ressalta-se a importância de processos educativos que problematizem o papel das redes sociais e sua influência sobre os modos de ser e estar no mundo, especialmente entre jovens em idade escolar.

**PALAVRAS-CHAVE:** Feminismo. Teoria ator-rede. Controvérsias.

Alice Garcia Ferreira  
[alicegarciaferreira364@gmail.com](mailto:alicegarciaferreira364@gmail.com)  
0000-0002-0435-2922  
Universidade Federal dos Vales do  
Jequitinhonha e Mucuri, Diamantina,  
Minas Gerais, Brasil.

Luciana Resende Allain  
[luciana.allain@ufvjm.edu.br](mailto:luciana.allain@ufvjm.edu.br)  
0000-0002-7050-1164  
Universidade Federal dos Vales do  
Jequitinhonha e Mucuri, Diamantina,  
Minas Gerais, Brasil.

Elisa Sampaio de Faria  
[elisasampaiodefaria@ufmg.br](mailto:elisasampaiodefaria@ufmg.br)  
0000-0002-5735-0365  
Universidade Federal de Minas Gerais,  
Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil.

## 1 INTRODUÇÃO

O *Instagram* pode ser caracterizado como uma plataforma que funciona como uma rede social on-line e possibilita aos usuários o compartilhamento de publicações na forma de imagens, vídeos, utilização de filtros que alteram as imagens, além do compartilhamento de conteúdo em outras redes sociais, como o Facebook e o Twitter (APROBATO, 2018; SUSSAI, 2014). Segundo Silva (2021), o *Instagram* é um poderoso meio de comunicação, visto que, de acordo com dados do relatório da “*We Are Social*” e da “*Hootsuite*”, 1,16 bilhões de pessoas ao redor do mundo usaram essa rede social até o início de outubro de 2020. Com relação ao Brasil, os dados revelam que 66% da população brasileira são usuários de redes sociais, fazendo do país o quarto mais ativo em relação ao acesso à rede social. Concernente ao gênero dos usuários no Brasil, 53% são mulheres e 47% são homens (SILVA, 2021). Considerando que boa parte dos jovens em idade escolar acessam redes sociais, é relevante colocar em discussão o papel da escola na problematização dos conteúdos que circulam neste meio.

Com a ascensão do uso do *Instagram* pelos usuários do Facebook, o aplicativo passou a apresentar novidades tecnológicas e atualizações das funções, que têm promovido maior aderência dos usuários (APROBATO, 2018). Os novos recursos são utilizados principalmente por influenciadores digitais, para atingir um maior número de pessoas com suas publicações e exercer maior influência sobre seus seguidores (APROBATO, 2018). Segundo Luz (2019), a “influência social” é um:

[...] fenômeno que tem sido estudado na área da Psicologia Social e pode ser entendido como um processo de mudança de comportamento, crenças, atitudes, opiniões ou sentimentos a partir de como é percebido e interpretado o comportamento de outras pessoas, ou seja, resultado da ação do agente influenciador sobre o alvo da influência (LUZ, 2019, p. 15).

Como aponta a autora, a influência ocorre por diversas razões e interesses e se desdobra em diferentes efeitos e consequências. No caso do *Instagram*, a influência resulta na comercialização de produtos, promoção de debates no campo da educação, saúde pública e política. Esse contexto é entendido por Aprobato (2018) como uma estratégia comercial a partir da influência social, onde a subjetividade dos interesses é reproduzida através do uso da imagem, e isso pode ser percebido pelo aumento da venda e comercialização de produtos utilizados por influenciadores no *Instagram*. Aprobato (2018) acrescenta que os seguidores são vistos pelos perfis comerciais como “clientes potenciais”. Por conta de ferramentas como *direct*, *stories*, *curtida*, *hashtag*, *reels* e enquetes, o *Instagram* possibilita um modo privado de comunicação entre os seguidores dos perfis, que querem ser ouvidos, respondidos nos comentários e terem tratamentos individuais e diferenciados (APROBATO, 2018; LUZ, 2019). Na perspectiva da Teoria Ator-Rede (TAR), os atores, denominados “actantes”, podem ser humanos e não humanos e em todos os casos causam influência no meio social. Harman (2009) comenta que, para a Teoria Ator-Rede, um actante é:

[...] tudo que age, que produz efeitos no mundo ou sobre ele, podendo ser uma pessoa, instituição ou coisas - animais, máquinas, entidades ou objetos. O que define um actante como tal não é uma essência ou um conjunto de propriedades necessárias e suficientes, mas o conjunto de suas relações (HARMAN, 2009, p. 17).

Neste estudo, que tem a TAR como marco teórico, utilizou-se a *hashtag* como ferramenta de referência. Essa ferramenta tem como função organizar e categorizar as palavras-chaves inseridas na opção “procurar” do *Instagram*. Quando as palavras-chave são antecedidas pelo símbolo cerquilha (#), transformam-se em um *hiperlink*, que direcionam as buscas para as publicações analisadas vinculadas ao *link*. As *hashtags* são essenciais para recuperação das publicações analisadas, ou seja, essa ferramenta agrupa as publicações por palavra-chave, facilitando a busca. Nesse sentido, do ponto de vista da TAR, a *hashtag* é um actante poderoso, pois é capaz de canalizar publicações de diversos usuários em torno de um assunto comum.

É também importante destacar o actante “algoritmo” nas redes sociais. Gillespie (2018) comenta que os algoritmos de busca determinam o que mostrar com base nas informações do usuário, ou seja, as plataformas esperam ser capazes de utilizar o conhecimento já recolhido sobre o usuário e sobre outros usuários que foram considerados parecidos com ele, em termos estatísticos e demográficos, e antecipar os resultados de busca mais aderentes. Neste estudo, com a finalidade de tentar driblar as interferências do algoritmo, foi criado um perfil novo para procurar as primeiras 35 publicações com a *hashtag* empoderamento feminino no *Instagram*.

A questão que este estudo pretende responder é: Quais realidades são performadas em publicações encontradas através da ferramenta de busca do *Instagram* pela *hashtag* empoderamento feminino? O objetivo foi realizar uma pesquisa exploratória sobre a existência ou não de uma controvérsia em torno da maneira como o empoderamento feminino é encenado no *Instagram*. Os objetivos específicos foram: realizar um inventário dos actantes em 35 publicações e descrever a maneira como esses actantes performam o empoderamento feminino; identificar e descrever as principais performances de empoderamento feminino que emergem da análise dos actantes presentes nas publicações; analisar as controvérsias em torno das principais categorias de empoderamento feminino identificadas.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Buscou-se nas ideias freireanas a origem do conceito de empoderamento. A obra de Joice Berth (BERTH, 2018) possibilitou situar em que contexto sócio-histórico surge a ideia de empoderamento feminino e compreender a sua ressignificação. Com bell hooks (HOOKS, 2019), apresenta-se o entendimento da luta feminista e o que essa luta busca mudar na sociedade. bell hooks é o pseudônimo de Gloria Jean Watkins. A autora, que criou esse pseudônimo em homenagem à sua avó, o emprega em letra minúscula como um posicionamento político que busca romper com as convenções linguísticas e acadêmicas, dando enfoque ao seu trabalho e não ao seu nome. Somadas a esses estudos, a Teoria Ator-Rede e a cartografia de controvérsias compõem o quadro teórico para a análise das performances do empoderamento feminino nas publicações analisadas no *Instagram*. Nos próximos parágrafos, esses estudos são sucintamente apresentados.

É um certo desafio definir a palavra “empoderamento”, pois como argumenta Deluchi (2016), esta é uma palavra multifacetada e pode ser colocada

em vários campos do conhecimento. Quando pesquisada na internet, a palavra não possui muitas referências nacionais. Deluchi (2016) explica que são poucos os autores brasileiros que propuseram o termo em seus estudos.

A origem da palavra empoderamento está associada à palavra de língua inglesa “*empowerment*”. Deluchi (2016) identifica Paulo Freire como precursor do termo *empowerment* no Brasil. Baquero (2006) descreve que a utilização crescente do termo *empowerment* surgiu nos movimentos emancipatórios ligados ao exercício da cidadania, como o movimento dos negros, das mulheres, homossexuais, entre outros, nos Estados Unidos na segunda metade do Século XX. A raiz do conceito teria estreita ligação com a Reforma Protestante desencadeada pelo monge e professor de teologia Martinho Lutero, realizada na Europa no século XVI (BAQUERO, 2006). Berth (2018) conta que, quando Lutero traduziu para o alemão os escritos bíblicos, que até então eram em latim, ele confrontou o controle hegemônico da informação pelo clero e deu às classes oprimidas, que não dominavam o latim e aceitavam o que lhes era oferecido como palavra de Deus, o poder da informação. Para Berth (2018), Baquero (2006) revelou um importante caminho para a compreensão histórica da teoria do empoderamento e trouxe uma de suas principais dimensões: a informação como instrumento de libertação.

Berth (2018) aponta que Freire foi um dos precursores da análise aplicada à realidade de grupos oprimidos, pois em 1960 ele pensou a teoria da conscientização, que foi inspiração para a teoria do empoderamento. Para a autora, Freire é um pensador que reflete a partir da realidade concreta, fazendo com que a teoria da conscientização seja uma prática para a libertação e estratégia de atuação dos grupos oprimidos. Avançando na discussão, Freire e Shor (1986) *apud* Roso e Romanini (2014) aproximam o *empowerment* da noção de classe social e ainda dizem que empoderamento da classe social não é o mesmo que empoderamento individual ou comunitário, e sim, um conceito ligado às lutas da classe social oprimida:

A questão do *empowerment* da classe social envolve a questão de como a classe trabalhadora, através de suas próprias experiências, sua própria construção de cultura, se empenha na obtenção do poder político. Isto faz do *empowerment* muito mais do que um invento individual ou psicológico. Indica um processo político das classes dominadas que buscam a própria liberdade da dominação, um longo processo histórico de que a educação é uma frente de luta (FREIRE; SHOR, 1986, p. 72 *apud* ROSO; ROMANINI, 2014, p. 89).

Freire e Shor (1986) *apud* Roso e Romanini (2014) mostram a necessidade de se superar a noção de empoderamento individual. O empoderamento é muito mais que uma ação individual, é uma ação social e coletiva. Em síntese, o empoderamento individual é uma pequena parcela, quando se trata do empoderamento de classes, que visa a libertação das minorias oprimidas. Roso e Romanini (2014) trazem o exemplo das mulheres que se libertam de alguma situação individual e cotidiana, como um cônjuge que as agride e alertam que para uma mudança radical nas injustas relações de gênero é preciso que as mulheres se unam fortemente e lutem juntas.

Para Berth (2018), o diálogo internacional de Paulo Freire inspirou a união do pensamento com a transformação social e a mudança material das condições degradantes às quais um grupo social é submetido. Para a autora, as reflexões de

Freire foram decisivas para o desenvolvimento da teoria do empoderamento e para a aplicação correta nos meios necessários. Porém, parte do movimento feminista de 1980 questiona a abordagem do conceito do oprimido, que não é um conceito abstrato, mas sim marcado por relações de gênero, raça, sexualidade e outras categorias.

Berth (2018) enfatiza a importância de aprofundar a análise do que é o empoderamento. O que se denomina empoderamento feminino na atualidade, mais parece uma tautologia que se resume em não explicar a origem do conceito e nem a que se propõe. Isso faz com que se despolicize o conceito, reduzindo-o a uma mera expressão das liberdades individuais. Ela alerta que quando o conceito de empoderamento é distanciado de seus sentidos originais, o resultado é uma apropriação do discurso para venda de um empoderamento raso, de fachada, paternalista e que está interessado em manter o estado atual das coisas. Nas palavras da autora:

É julgar que se empoderar é transcender individualmente certas barreiras, mas seguir reproduzindo lógicas de opressões com outros grupos, em vez de se pensar no empoderamento como conjuntos de estratégias necessariamente antirracistas, antissexistas e anticapitalistas e como as articulações políticas de dominação que essas condições representam (BERTH, 2018, p. 51).

A autora propõe então, uma síntese do que se entende por empoderamento pela ótica das teorias do feminismo negro e interseccional:

Ampliamos o conceito de humanidade, bem como o potencial transformador, nomeando realidades por produções teóricas e redes de empoderamento que trazem a dimensão individual, comunitária e coletiva de afirmação, valorização e reconhecimento (BERTH, 2018, p. 154).

Berth (2018) argumenta que, através dessa resignificação, não se pretende estabelecer novas relações paternalistas, assistencialistas ou de dependência entre os sujeitos, nem ditar como devem ser as contribuições para a atuação nas lutas e posicionamentos do grupo oprimido. Entender a concepção de poder que está no empoderamento é saber que a nova lógica não busca inverter as relações de poder, mas sim subvertê-las.

hooks (2019) discute o feminismo como um esforço de todos. Ela aponta que a luta feminista ocorre quando uma mulher ou um homem se levanta contra o sexismo, contra a exploração sexista e a opressão. A autora defende que essa luta pode ocorrer em qualquer época e em qualquer lugar. hooks (2019) argumenta que o movimento feminista precisa estar enraizado numa compreensão das questões não somente de gênero, mas também de raça e classe social:

Como todas e todos defensores das políticas feministas sabem, a maioria das pessoas não entende o sexismo ou, se entende, pensa que não é um problema. Uma multidão pensa que o feminismo é sempre e apenas uma questão de mulheres em busca de serem iguais aos homens. E a maioria desse pessoal pensa que feminismo é anti-homem. A incompreensão dessas pessoas sobre políticas feministas reflete a realidade de que a maioria aprende sobre feminismo na mídia de massa patriarcal (HOOKS, 2019, p. 18).

Para hooks (2019), as pessoas não nascem feministas e sim, se tornam. As pessoas aderem às políticas feministas por escolha e ação. Ela diz que para as

mulheres mudarem o patriarcado, antes é necessário mudar a si mesmas e criar consciência de que, ao longo da história, as mulheres foram oprimidas, exploradas, silenciadas. hooks (2019) também problematiza o feminismo que não enxerga o problema da classe e da raça em suas discussões, fazendo com que se torne um feminismo de elite, onde haveria transformação apenas em uma classe social, que seria a mais rica, esquecendo das mulheres negras e pobres. Para ela, as mulheres brancas que ainda dominam o discurso feminista e que, na maior parte das vezes, formulam e fazem a teoria feminista, têm pouco ou nenhuma compreensão da supremacia branca como estratégia de um Estado racista, sexista e capitalista. É preciso haver, então, um esforço coletivo para espalhar a mensagem do feminismo e espalhar o conhecimento a todos. hooks (2019) defende que o feminismo foi pensado para criar igualdade e é um movimento fundamentalmente radical, isto é, que ataca a raiz do problema.

Cornwall (2018) se opõe às narrativas de empoderamento feminino que ganharam destaque nas falas das principais instituições e corporações internacionais de desenvolvimento nas últimas décadas. Para ela, essas corporações e instituições exaltam nas mulheres o desejo de capacitar e realizar o seu “potencial” e oferecem o empoderamento *light*, que é uma versão totalmente oposta ao empoderamento que confronta as relações sociais e de poder subjacentes que produzem iniquidades sociais e materiais. O empoderamento *light* não visa mudanças sociais e não possui discurso político.

No campo teórico, a questão do empoderamento feminino se apresenta controversa. Venturini (2010, p. 261) descreve as controvérsias como “situações sobre as quais os actantes discordam”, e por isso são questões “quentes”, são questões de interesse, cujo debate ainda não foi encerrado. Essas situações ou questões controversas surgem nas relações heterogêneas ou na vida coletiva, onde coexistem muitos actantes heterogêneos (VENTURINI, 2010). Allain e Coutinho (2017) propõem que, para mapear controvérsias, é possível lançar mão de algumas lentes de observação que foram descritas por Venturini (2010). Essas lentes são mais do que um guia metodológico, porque buscam focar nossa visão nas diversas camadas da controvérsia. No presente trabalho utilizou-se a primeira das cinco lentes de observação:

A primeira lente levanta o questionamento: Sobre o que é a controvérsia? Ao responder esta questão, delineamos a controvérsia, passando dos argumentos (caoticamente esparsos na literatura e aparentemente isolados entre si) para o debate (quando articulamos os argumentos das vozes dissonantes) (ALLAIN; COUTINHO, 2017, p. 5).

A rastreabilidade das ferramentas digitais, como a *hashtag*, pode ser interessante quando explorada por meio da perspectiva da TAR. Marres e Moats (2015) indicam que a conexão entre as mídias e os estudos de controvérsias situados no campo da Ciência, Tecnologia e Sociedade modificou-se consideravelmente com o fortalecimento da internet como um local privilegiado para o acompanhamento dos momentos de propagação do social. Bruno (2012) explica que os rastros digitais, que são produtos de ações, interações e declarações de toda sorte, além de múltiplos e diversificados, podem ter seu curso rastreado de forma relativamente simples quando comparado aos meios tradicionais de recuperação das relações constitutivas dos fenômenos sociais.

Venturini (2010) explica que a cartografia de controvérsias atua como a versão didática e metodológica da TAR, que se mostra como uma soma de técnicas para estruturar, explorar e perceber polêmicas e controvérsias, na maioria das vezes, relacionadas às questões técnico-científicas. A TAR compreende a realidade de modo localizado histórica, cultural e materialmente, em oposição à percepção de que a realidade seria um cenário distante, estável, linear e determinado. Na perspectiva da TAR, há diferentes interpretações, performances e realidades que coexistem de forma simultânea no presente, realidades que são colocadas em ação através de uma diversidade de associações entre elementos não humanos e humanos (MORAES, 2019). Essas associações remetem a redes, fluxos, alianças, mobilidade e movimentos, ao invés de remeter a uma essência fixa. A rede de actantes é composta de séries variadas de objetos animados e inanimados conectados, portanto, um ator-rede é um actante e uma rede simultaneamente. Os grupos não são definitivos e podem se dispersar facilmente, ou seja, o que existe é um movimento de formação de grupos, onde os actantes se ligam e se desligam de acordo com seus interesses individuais e coletivos. Essas associações e desconexões deixam marcas que podem ser seguidas. Compreender o actante com base naquilo que ele faz, ou seja, descrever em detalhes a sua performance, os seus movimentos de associações e desconexões, é o grande interesse da TAR (ALLAIN; COUTINHO, 2017). Latour (2000) apresenta a noção de translação no escopo da TAR, que mais que uma ideia geométrica de deslocamento de um lugar para outro, pode ser compreendida como a transformação de objetivos, interesses, instrumentos, seres humanos. Na TAR, o movimento de translação acarreta em desvios de rota, criação de elos que antes não estavam ali ou desconexões que alteram a rede de actantes.

Como este estudo investiga quais empoderamentos femininos são performados nas hashtags do Instagram, é fundamental introduzir o conceito de performance. Law (2012) *apud* Moraes e Arendt (2013) indica que o interesse de alguns pesquisadores irá se dirigir não tanto à construção das redes, mas sim para as realidades que foram colocadas em ação através do movimento de associação e desconexão de actantes. Para a TAR, o social é antes um verbo do que um substantivo, o social é a composição de redes, grupos e realidades com actantes heterogêneos. Com a TAR, cientistas se interessam em descrever a maneira como a realidade foi performada por meio das práticas. Allain e Coutinho (2017) desenvolvem uma noção da realidade como múltipla, afastando-se da noção de uma realidade intocada, distante, fruto de uma descoberta do cientista, ou seja, entendem a realidade como feita, performada. Assim, a metáfora da construção dá lugar à noção de performatividade. Sorensen (2009) *apud* Venancio e Viana (2021) entende a performance como o resultado de uma assembleia sociomaterial, que permite interrogar o que pôde ser obtido por meio de uma organização de elementos que se inter-relacionaram, atuaram ou participaram em determinada prática. Logo, a noção de participação incluída na performance de Sorensen (2009), remete a como um actante atua ou dá condições para que outro também atue. Venancio e Viana (2021) explicam que a performance abrange um processo vasto, e o efeito não se limita à simples ação individual de um actante. A performance descreve uma variedade de componentes que juntos formam uma assembleia sociomaterial.

### 3 MÉTODOS

A abordagem desta pesquisa é qualitativa, pois, segundo Bogdan e Biklen (1994), os estudos qualitativos buscam entender um fenômeno em seu ambiente natural, onde eles ocorrem. Neste estudo, o fenômeno investigado ocorre na rede social *Instagram*. Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória. Este tipo de pesquisa tem como meta proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (GIL, 2007). A fonte de dados é documental, uma vez que este tipo de pesquisa recorre a fontes diversificadas, sem tratamento analítico, tais como: jornais, revistas, filmes, fotografias, vídeos de programas de televisão, etc. (GIL, 2007).

Para responder se há ou não controvérsias nas publicações analisadas, utilizou-se a primeira lente de observação proposta por Venturini (2010) em sua cartografia de controvérsias, pois ao aproximar-se de uma controvérsia:

[...] a primeira impressão poderá ser a de uma caótica nuvem de argumentos concorrentes. Por isso, a tarefa inicial será mapear a rede de afirmações, revelando como os discursos dispersos podem ser conectados (FARIA; COUTINHO, 2015, p. 139).

Para analisar os rastros da *hashtag* empoderamento feminino no *Instagram*, foi criado um perfil novo e anônimo, vinculado a um e-mail também novo. No dia 24 de junho de 2021 foi feita a busca por #empoderamentofeminino na rede social. As 35 primeiras publicações apresentadas foram selecionadas, compondo o corpus da pesquisa. As publicações foram minuciosamente descritas. Inicialmente, as imagens, as *hashtags*, o número de curtidas e os comentários foram registrados. Então, as publicações foram agrupadas tendo em vista outras *hashtags* que possuem em comum, o que resultou na identificação de quatro performances marcantes do empoderamento feminino no *Instagram*. Esse resultado será discutido na próxima seção. Por questões éticas não serão revelados dados e imagens que possam identificar os usuários do *Instagram*.

### 4 RESULTADOS, ANÁLISES E DISCUSSÕES

Após a descrição das 35 publicações, foram identificadas quatro performances de empoderamento feminino predominantes. São elas: empoderamento feminino como luta de corpos excluídos; empoderamento feminino como empreendedorismo; empoderamento feminino como busca pela liberdade; empoderamento feminino como valorização da autoestima. Foram selecionadas, entre as 35 publicações coletadas, aquelas com mais curtidas para representar cada uma das quatro performances predominantes. A seguir, as quatro publicações mais curtidas e as performances de empoderamento feminino com que estão relacionadas são apresentadas. Então, discute-se de qual maneira essas performances se associam ou não se conectam com as diferentes compreensões de empoderamento feminino apresentadas na seção Fundamentação Teórica.



#### 4.1 Empoderamento feminino como luta de corpos excluídos

Nas 35 publicações analisadas, 09 associam a luta de corpos excluídos com o empoderamento feminino. A imagem da publicação analisada é uma montagem de duas fotos de uma mesma mulher. Trata-se de uma mulher branca, gorda, cabelos longos, ondulados e acobreados. Na foto do lado esquerdo, ela usa uma calça verde musgo, uma camiseta roxa solta e tênis branco. O cabelo está para trás e a sua postura está séria, com os braços para baixo e as pernas retas, com os pés alinhados. Na parte inferior da imagem está escrita a palavra “esconde”. Na foto do lado direito, a mulher está usando a mesma calça e a mesma blusa, porém, a blusa está com uma amarração diferente, onde é possível mostrar um pouco da barriga. Além disso, ela usa uma bota preta de cano médio e acrescenta uma jaqueta da mesma cor da calça, jogada sobre seus ombros. A postura está mais descontraída. O quadril gira suavemente, a perna esquerda dá um passo à frente, trazendo movimento para os pés, as mãos estão dentro dos bolsos da calça, o cabelo ondulado é jogado para frente e a cabeça inclinada. Na parte inferior da imagem está escrita a palavra “valoriza”.

Na legenda da foto está o texto “esconde *versus* valoriza”, destacando que a roupa é confortável e estilosa ao mesmo tempo. A legenda também marca a loja na qual a roupa é vendida. Além de #empoderamentofeminino, a legenda inclui as seguintes *hashtags*: #plussize #roupasfemininas #roupasplussize #corpolive #tendencia #tendeciaplussize #plussizefashion #autoestima #seame #amorproprio e #Piracicaba. A foto contava com 4.296 curtidas e 23 comentários até a data da coleta.

Um comentário com três curtidas é de uma mulher que escreve o seguinte: “Você arrasa! Adoro seus *looks!*”. Outro comentário, com duas curtidas, traz um homem que diz: “É bem verdade isso o povo só pensa em corpo deixando de lado o caráter outra coisa que eles têm preconceito é que acham a gente gorda não pode ser bonita pra mim a pessoa deve se achar bonito do jeito que ela é e não ficar triste porque não está de acordo com o padrão imposto pela mídia (sic)”. Os outros comentários são feitos, na maioria das vezes, por mulheres que estão tecendo elogios à foto e marcando outras pessoas para ver a publicação.

Os actantes identificados nessa publicação são: o corpo, a roupa, o *plus size* (tamanho maior, em tradução livre), a moda, o *look*, o padrão de beleza, a mídia. A análise concluiu que o intuito da publicação é fazer com que os seguidores da dona da conta entendam que corpo da mulher gorda também ocupa espaços e podem ter roupas consideradas estilosas, ainda que em uma sociedade que é tão gordofóbica. Rosa (2020) argumenta que o apagamento do corpo da mulher gorda alcança espaço de problematização nas pautas feministas quando se fala de empoderamento e amor-próprio, caracterizando o feminismo como um movimento de autoaceitação, lutando contra padrões de beleza impostos social e culturalmente. Rosa (2020) ressalta que a exclusão do corpo gordo vai muito além do olhar vigilante e punitivo, está também nos moldes dos assentos e catracas de transportes públicos que não foram feitos para o corpo gordo, no tamanho das roupas e, até mesmo, na rejeição afetiva e sexual. Então, a mulher gorda mostrar que também pode se sentir bela, saudável e estilosa se constitui como um ato de resistência.

Berth (2018) concorda que não há forças para iniciar um processo lúcido de empoderamento sem o fortalecimento da autoestima. Mas chama a atenção

para o sentido da autoestima, que ao contrário do que se vem pregando, não está ligado somente às considerações que são feitas acerca das nossas belezas estéticas. A autoestima é um começo para empoderar a comunidade. A autora argumenta que o empoderamento deve ser coletivo para trazer, de fato, benefícios para toda a sociedade. Para afirmar sua ideia, Berth (2018) cita León (2001):

O empoderamento como autoconfiança e autoestima deve integrar-se em um sentido de processo com a comunidade, a cooperação e a solidariedade. Ao ter em conta o processo histórico que cria a carência de poder, torna-se evidente a necessidade de alterar as estruturas sociais vigentes; quer dizer, se reconhece o imperativo da mudança (LEÓN, 2001, p. 97 *apud* BERTH, 2018, p. 115).

A publicação em questão se caracteriza como uma propaganda de roupas *plus size*. É importante frisar que a mesma sociedade capitalista e sexista que exclui corpos gordos também é responsável por criar novos mercados de consumo a partir dessa exclusão. Cornwall (2018) diz que investir em mulheres e meninas, aqui se tratando de mulheres gordas, se torna uma solução para o mercado de desenvolvimento, pois, segundo a lógica da autora, a criação de mercados atinge novas consumidoras e alimenta o motor do crescimento econômico.

Berth (2018) explica que é preciso tomar cuidado quando se trata de empoderamento, uma vez que empoderar-se é transcender individualmente certas barreiras. Mas além disso e tão importante quanto, deve-se pensar no empoderamento como conjuntos de estratégias pensadas coletivamente, necessariamente antirracistas, antissexistas e anticapitalistas. Portanto, conclui-se que a publicação analisada não representa a luta pelas causas das mulheres vítimas de gordofobia, mas tem como intenção fazer publicidade de roupas *plus size* e mostrar como essas roupas podem valorizar as mulheres gordas. Apesar da intenção comercial, entende-se que a problematização sobre a exclusão de corpos gordos está presente, porém não provoca uma mobilização comunitária para além de comentários e curtidas.

#### 4.2 Empoderamento feminino como empreendedorismo

Das 35 publicações analisadas, 18 relacionam o empreendedorismo com o empoderamento feminino. Portanto, esta é a performance preponderante entre o conjunto de publicações analisadas. Foi selecionada a imagem com mais curtidas e comentários para representar a performance do empoderamento feminino como empreendedorismo. Na imagem da postagem selecionada há o retrato da pintura do busto de uma mulher negra. Ela tem as sobrancelhas tensionadas, o nariz apontado para frente e os lábios grossos, fechados, com os cantos levemente arqueados para baixo. O cabelo é preto, no estilo *black power*. A mulher não está usando nenhuma roupa. Atrás, há cores quentes, como o vermelho e o amarelo, servindo de fundo da imagem. Na legenda, a autora da publicação escreve: “Mulheres lindas, fortes e poderosas... vocês têm direito a tudo!!! Sejam felizes!!! (sic)”. A autora descreve a técnica de pintura utilizada e o tamanho da tela. Ela incluiu as seguintes *hashtags*: #empoderamentofeminino, #mulherempreendedora #mulherespoderosas #mulhereslindas #mulheresfelizes. Ainda na legenda, a autora coloca um trecho da música “*Feeling good*” de Nina

Simone, que fala de sentimentos de bem-estar no desabrochar de uma nova vida. Os comentários da publicação trazem elogios à obra, como: "Que lindo", "Maravilhoso" e "Linda obra". Há apenas um comentário de uma mulher perguntando como adquirir a pintura ou outras obras da artista. Os actantes identificados na publicação foram: mulher negra, pintura a óleo, empreendedorismo, felicidade.

Chama a atenção o fato desta ser uma publicação que tem a intenção de fazer propaganda do produto de uma artista. Ela encontrou no *Instagram* um local para divulgar a sua arte e vendê-la aos seus seguidores. Silva *et al.* (2018) comentam que a exibição de produtos nas redes sociais tem algumas vantagens, dentre as quais estão: maior visibilidade dos produtos; divulgação da marca; aumento do número de clientes interessados na comodidade e na praticidade; possibilidade de alcançar novos mercados ao apresentar seus produtos para clientes de outras cidades, estados ou até mesmo países. Além disso, a empreendedora pode receber um *feedback* dos clientes via rede social, propiciando uma maior interação entre as partes – como é possível perceber nos comentários acima apresentados.

Segundo Hisrich e Peters (2002) *apud* Jonathan e Silva (2007), o empreendedorismo se define por uma capacidade de reconhecer oportunidades e criar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos. Porém, Natividade (2009) aponta que o empreendedorismo feminino vem crescendo a cada ano, mas que nem sempre é vinculado a uma ação profissional formalizada, ou seja, nem sempre inclui direitos trabalhistas; e ainda há pouca ou nenhuma orientação de gestão, fazendo com que a possibilidade de empoderamento seja minimizada. Consoante com essa ideia, Berth (2018) chama a atenção para o discurso "fácil" do empreendedorismo que, muitas vezes, busca precarizar ainda mais a situação dos trabalhadores e trabalhadoras, sobretudo para negros e negras.

hooks (2019), defende que a autossuficiência econômica é necessária se mulheres quiserem ser livres para escolher o contrário da dominação masculina. A autora argumenta que, para viver plenamente e bem, para trabalhar em algo que aumenta a autoestima e que tenha bons e dignos salários, serão necessários programas de trabalho compartilhado, por exemplo, projetos de estado que viabilizem salário para mulheres e homens que quiserem ficar em casa para cuidar dos trabalhos domésticos e das crianças pequenas.

### **4.3 Empoderamento como busca pela liberdade**

Dentre as 35 publicações analisadas, 04 correlacionam a busca pela liberdade com o empoderamento feminino. A publicação selecionada para representar o empoderamento feminino como a busca pela liberdade mostra a fotografia de quatro mulheres fazendo pose, sorrindo com roupas e acessórios apropriados para o ciclismo. Elas estão no campo, próximas a uma cerca de madeira. Todas as roupas possuem a cor rosa na sua composição. Uma das mulheres está sentada na cerca e envolve a mulher ao seu lado com o braço. Ela está com uma garrafa de água na mão. Uma das mulheres está de pé, com os braços apoiados sobre a cerca. Uma delas está agachada. Na parte inferior direita da imagem é possível visualizar parte da roda de uma bicicleta.

Na legenda, as autoras dizem: “Felicidade é sair com as amigas e se divertir em um belo pedal!! Bora divas?!” Elas pedem aos seus seguidores que ativem as notificações. Além de #empoderamentofeminino, também se incluem as *hashtags* #love, #liberdade, #brazil, #amorproprio, #instagood, #mtbfeminino, #juquié, #bahia, #mulher, #bike, #mtbararaquara, #pedalanordeste, #unidosnopedal, #eunamtb, #mtbcapixaba, #mtbcoach, #bikes, #passion, #ciclismo, #pedalamaiscaruaru, #ciclismonaveia, #bike\_superacao e #felicidade. A foto conta com 627 curtidas e 20 comentários até a data da coleta. Nos comentários, são 19 homens e uma mulher interagindo com a publicação. A maioria dos comentários elogia as mulheres pela iniciativa do pedal. A única mulher também elogia nesse sentido, dizendo: “Que massa!!” Os actantes identificados nessa publicação foram: amigas, ciclistas, capacetes, liberdade, felicidade, pedal, bicicleta, superação.

Na publicação há a intenção de convidar outras mulheres a se divertir juntas e a se libertar, especialmente dos estereótipos da mulher frágil, recatada e submissa. A ideia de liberdade nessa publicação também é cantada nos versos de Nina Simone e na postura despojada da mulher que veste *plus size*. Libertar-se — por meio da independência financeira e libertar-se dos estereótipos — parece ser um princípio comum à ideia de empoderamento. Observa-se aqui que as diferentes performances de empoderamento feminino se conectam através da ideia da liberdade.

Embora atos individuais sejam o início de um processo de transformação, Freire e Shor (1986) *apud* Berth (2018) argumentam que a libertação é um ato social e que se deve usar a liberdade adquirida para ajudar outras pessoas a se libertarem.

Esta é a questão. Não acredito na autolibertação. A libertação é um ato social. [...] Não, não, não. Mesmo que você se sente, individualmente, mais livre, se esse sentimento não é um sentimento social, se você não é capaz de usar sua liberdade recente para ajudar os outros a se libertarem através da transformação global da sociedade, então você só está exercitando uma atitude individualista no sentido do *empowerment* ou da liberdade (FREIRE; SHOR, 1986, p. 71 *apud* BERTH, 2018, p. 43).

Com relação ao termo superação, a análise concluiu que as autoras da publicação buscam superar a noção da fragilidade feminina por meio da prática do ciclismo. Adelman (2006) entende que o esporte é uma prática que convoca a desafiar os limites das competências corporais. Para a mulher, o esporte é um campo de muitos conflitos e lutas sobre o que uma mulher pode ser e fazer.

#### 4.4 Empoderamento feminino como valorização da autoestima

Das 35 publicações analisadas, 4 fazem referência à valorização da autoestima como empoderamento feminino. Na imagem da publicação selecionada para representar o empoderamento feminino como a valorização da autoestima lê-se a seguinte frase que a dona da conta, que é psicóloga, publicou: “Não tem como agradar todo mundo. Todo mundo é gente demais! Por isso, foque em agradar a si mesmo!” Há um fundo rosa e o desenho de flores no *layout* da imagem. Na legenda, ela escreve: “Até quando você vai ficar buscando validação do outro? A única pessoa que você deve focar é apenas em você (sic)”.

Então, a autora convida os seguidores à interação com uma pergunta, e se apresenta como psicóloga, deixando o seu contato para quem quiser agendar uma consulta. Além de #empoderamentofeminino, há outras *hashtags* como #amorproprio, #twitter, #frasesereflexões e #autoestima. A foto possuía 203 curtidas e 18 comentários até a data da coleta.

A maioria dos comentários expressa concordância com a frase. Uma seguidora, além de concordar, também escreve para as pessoas fazerem terapia. O inventário de actantes nessa publicação é: autoestima, psicóloga, terapia, foco.

Novamente, fica evidente que as performances de empoderamento feminino se entrecruzam. Porém, nessa publicação o tipo de autoestima em questão tem relação com a saúde mental, assumindo uma dimensão psicológica, e não somente com a estética, como é o caso da mulher estilosa que investe em roupas *plus size* para aumentar sua autoestima.

Assis *et al.* (2020) argumentam que a dimensão psicológica tem como intenção o desenvolvimento de um autoconhecimento, onde os sujeitos adquirem e/ou fortalecem seus sentimentos de poder, competências, autovalorização e autoestima. Oliveira (2007) comenta que a mulher contemporânea tem múltiplas tarefas, tais como o trabalho, cuidado com a casa e com os filhos. Essas tarefas podem causar estresse e ansiedade, prejudicando a sua saúde mental, podendo levar a transtornos psicológicos.

Cabe aqui ressaltar que a publicação é também uma propaganda, visto que a autora expõe seu número de celular e convida a marcar consultas com ela. Oliveira (2007) comenta que as mulheres com nível de renda baixo, sofrem muito com a falta de recurso para acessar terapias, como com a sobrecarga de trabalho e a falta de tempo para se dedicar aos processos de autoconhecimento.

Assis *et al.* (2020) argumentam que programas como a Terapia Comunitária (TC) são necessários para que as mulheres em condição de pobreza passem por um processo de empoderamento. A TC surge como uma ferramenta de cuidado e apoio à saúde mental dessa população, um espaço de acolhimento, de partilha de sofrimentos e sabedoria de vida, que ocorre de maneira circular e horizontal. Por mais que essa publicação tenha a intenção de mostrar que é importante fazer terapia, a mensagem não se dirige para todas as mulheres, mas apenas para aquelas que têm condições de pagar por uma consulta.

## **5 CONTROVÉRSIAS EM TORNO DAS PERFORMANCES DE EMPODERAMENTO FEMININO E SUA RELAÇÃO COM A EDUCAÇÃO CIENTÍFICA**

O objetivo deste estudo foi identificar as performances do empoderamento feminino no *Instagram*. Para tanto, foram descritas e analisadas 35 publicações com a *hashtag* empoderamento feminino. Entre essas publicações, foram identificadas quatro performances predominantes de empoderamento feminino. Observou-se que o empoderamento feminino é performado de múltiplas maneiras no *Instagram*, se comportando como um conceito polissêmico. A análise possibilitou perceber, também, que as performances não são puras, mas se hibridizam, misturando, a um só tempo, as diferentes compreensões e intenções relacionadas ao empoderamento feminino. Entretanto, os resultados encontrados se referem a uma pequena amostra de publicações que circulam no *Instagram*, não podendo ser generalizados.

A hipótese de que há controvérsias em torno das performances do empoderamento feminino no *Instagram* foi confirmada, visto que, o que está por trás das mensagens de autonomia, autoestima e autoconhecimento marcadas pela *hashtag* empoderamento feminino é a oferta de algum serviço, como as consultas da psicóloga, ou de algum produto, como as roupas *plus size* e a obra de arte.

Esses movimentos foram interpretados como translações que combinam um interesse a outro muito distinto. Por exemplo, quando se faz a propaganda da venda de uma roupa *plus size*, o interesse é desviado de se sentir bem esteticamente para o verdadeiro interesse, que é vender um produto. Ou seja, o interesse real é disfarçado por discursos sobre autoestima, igualdade, liberdade e autonomia, com estrita a finalidade de alcançar o público que compartilha desses interesses.

Apesar de muitas publicações analisadas usarem a ideia do empoderamento feminino, a maioria das publicações se mostrou superficial, trazendo o empoderamento *light*, que não visa mudanças sociais (CORNWALL, 2018). Além disso, a maioria das publicações analisadas não promove o engajamento coletivo das mulheres em torno de uma causa.

Como apresentado na introdução, o empoderamento é um ato social e coletivo, conectado com processos de problematização, conscientização e transformação das causas das situações que oprimem as mulheres. Uma observação importante é que em nenhuma das publicações essas situações de opressão foram sequer levantadas. O uso de um termo que tem origem nos movimentos sociais e no feminismo em publicações que buscam atender de maneira explícita a interesses comerciais parece muito controverso, pois essas publicações se apoiam no modo de vida capitalista, sem jamais problematizar como esse sistema promove a manutenção de relações opressoras, especialmente sobre os grupos mais vulneráveis. Também parece controverso o fato que, nas publicações analisadas, o empoderamento não é das mulheres, mas do consumo, reforçando o poder da desigualdade de classes que, historicamente, tem mantido o *status quo* e a situação de opressão sobre as mulheres, especialmente as negras e pobres.

É importante destacar o papel das *hashtags*, que se mostraram um poderoso actante, capaz de desviar interesses, conectar actantes muito diversos e estender as redes. A *hashtag* é uma ferramenta que ajuda a conectar pessoas e tem o potencial de congregá-las em processos de problematização, conscientização, dialogicidade e criticidade, tão necessários ao empoderamento feminino na sua forma mais radical. Espera-se que este estudo possa inspirar reflexões e processos educativos que problematizem o papel das redes sociais e sua influência sobre os modos de ser e estar no mundo, especialmente entre as meninas e mulheres jovens. Para tanto, destaca-se a pertinência da ferramenta analítica da cartografia de controvérsias, por tornar visíveis as conexões em rede e os interesses individuais e coletivos em torno das disputas sobre questões divergentes. Ademais, por entender que é papel da escola promover uma educação comprometida com o combate a qualquer tipo de discriminação, é fundamental também uma educação científica que examine criticamente os discursos circulantes nas mídias sociais, que debata sobre as desigualdades de gênero, a fim de promover um empoderamento feminino verdadeiramente radical entre todos os estudantes.

# THE PERFORMANCES AROUND THE HASHTAG FEMALE EMPOWERMENT ON THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM

## ABSTRACT

Considering that the social network Instagram constitutes a powerful means for sharing information, selling products, and influencing people through its tools, the objective is to research, from a new and anonymous profile, the performances of a grouping of 35 publications with the hashtag "Female empowerment". The aim was to investigate whether there would be controversy around Female empowerment performances in the analyzed publications. The following specific objectives were defined: to take an inventory of the actors in these publications and describe how they perform Female empowerment; to identify the main Female empowerment performances that emerge from the description of the actors present in the publications; to analyze the divergences and controversies between the main Female empowerment performances identified. A qualitative research was carried out, with documentary data as the source of information. To answer whether there are controversies or not, the first observation lens proposed by Venturini in his cartography of controversies was used. Through the analysis, it was identified that the analyzed publications perform empowerment in four main ways, which are: Female empowerment as the struggle of excluded bodies, Female empowerment as entrepreneurship, Female empowerment as the search for freedom, and Female empowerment as the valorization of self-esteem. It is concluded that the analyzed publications have distanced themselves from Female empowerment as a social and collective act that problematizes women's oppression by placing the intention of selling a product or service at the forefront. The importance of educational processes that problematize the role of social networks and their influence on ways of being and existing in the world, especially among young school-age people, is emphasized.

**KEYWORDS:** Feminism. Actor-Network Theory. Controversies.

## REFERÊNCIAS

- ADELMAN, M. Mulheres no esporte: corporalidades e subjetividades. **Movimento**, Porto Alegre, v. 12, n. 1, p. 11-29, jan./abr. 2006. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/Movimento/article/view/2889>. Acesso em: 20 ago. 2021.
- ALLAIN, L. R.; COUTINHO, F. A. Controvérsias em torno das identidades profissionais de licenciandos em biologia: um estudo inspirado na teoria ator-rede. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 33, 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/j/edur/a/QSxxvySQwLZbt7h4hz5qbbc>. Acesso em: 20 de ago. 2021.
- APROBATO, Valéria C. **Culturas do corpo e da juventude nas redes sociais digitais**: uma cartografia dos imaginários midiáticos e do culto de celebridades no Instagram. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2018. Disponível em: <http://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/21350>. Acesso em: 20 ago. 2021.
- ASSIS, A. D. *et al.* Comunidade de fala (CDF) de Ouro Preto, Minas Gerais: resistência e empoderamento de usuários da Saúde Mental na pandemia. **Raízes e Rumos**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 145-155, jul./dez. 2020. Disponível em: <http://seer.unirio.br/raizeserumos/article/view/10330>. Acesso em: 20 ago. 2021.
- BAQUERO, R. V. A. Empoderamento: questões conceituais e metodológicas. **REDES- Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 11, n. 2, p. 77-93, maio/ago. 2006. Disponível em: <http://doi.org/10.17058/redes.v11i2.10843>. Acesso em: 20 ago. 2021.
- BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Belo Horizonte: Letramento, 2018.
- BOGDAN, Robert; BIKLEN, Sari. **Investigação qualitativa em educação**: uma introdução à teoria e aos métodos. Lisboa: Porto Editora, 1994.
- BRUNO, F. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 19, n. 3, p. 681-704, set./dez. 2012. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/12893>. Acesso em: 21 ago. de 2021.
- CORNWALL, A. Além do “Empoderamento Light”: empoderamento feminino, desenvolvimento neoliberal e justiça global. **Cadernos Pagu**, v. 52, jan./jun. 2018. Disponível em: <http://doi.org/10.1590/18094449201800520002>. Acesso em: 20 ago. 2021.



DELUCHI, Graziéle Baldo. **O empoderamento feminino através do esporte:** posicionamento da Always Brasil na campanha #TipoMenina no Facebook. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia e Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/157292>. Acesso em: 20 ago. 2021.

FARIA, E. S.; COUTINHO, F. A. Educação científica em ação: a cartografia de controvérsias como prática de cidadania técnico-científica. **Cadernos de Pesquisa**, São Luís, v. 22, n. 3, p. 133-146, set./dez. 2015. Disponível em: <http://www.periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/cadernosdepesquisa/articloe/view/4193/0>. Acesso em: 20 ago. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GILLESPIE, T. A Relevância dos algoritmos. **Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM**, v. 6, p. 95-121, 2018. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/722>. Acesso em: 20 ago. 2021.

HARMAN, Graham. **Prince of networks**. Bruno Latour and metaphysics. Melbourne: Re.Press, 2009.

HOOKS, Bell. **Teoria feminista: da margem ao centro**. São Paulo: Perspectiva, 2019.

JONATHAN, E.; SILVA, T. Empreendedorismo feminino: tecendo a trama de demandas conflitantes. **Psicologia e Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 77-84, jan/abr. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/j/psoc/a/LPJhbkH3T9yWLxYkhFxsMSf>. Acesso em: 21 ago. 2021.

LATOUR, Bruno. **Ciência em ação: como seguir cientistas e engenheiros sociedade afora**. São Paulo: UNESP, 2000.

LUZ, Thianne Passos. **O processo de influência social entre influenciadoras digitais de moda e suas seguidoras na plataforma de rede social Instagram**. 2019. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Psicologia) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/30094>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MARRES, N.; MOATS, D. M. Controversies with social media: the case for symmetry. **Social Media + Society**, v. 1, n. 2, p. 1-17, jul./dez. 2015. Disponível em: <http://doi.org/10.1177/2056305115604176>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MORAES, Edilaine Albertino. **Siga os atores e as suas próprias ações**: nos rastros das controvérsias sociotécnicas do turismo de base comunitária na rede TUCUM. 2019. Tese (Doutorado em Psicossociologia de Comunidade e Ecologia Social) – Universidade Federal do Rio Janeiro, Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: <http://pos.eicos.psicologia.ufrj.br/pt/pesquisa/producao-academica/teses/teses-de-doutorado-2019>. Acesso em: 20 ago. 2021.

MORAES, M. O.; ARENDT, R. J. J. Contribuições das investigações de Annemarie Mol para a psicologia social. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 18, n. 2, p. 313-321, abr./jun. 2013. Disponível em: <http://www.scielo.br/j/pe/a/MzTKpvHdLJvbNZ7qxHDDFhC>. Acesso em: 20 ago. 2021.

NATIVIDADE, D. R. Empreendedorismo feminino no Brasil: políticas públicas sob análise. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 43, n. 1, p. 231-256, jan./fev. 2009. Disponível em: <http://doi.org/10.1590/S0034-76122009000100011>. Acesso em: 20 ago. 2021.

OLIVEIRA, Verusca Couto. **Vida de mulher**: gênero, pobreza, saúde mental e resiliência. 2007. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica e Cultura) – Universidade de Brasília, Brasília, 2007. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/handle/10482/2862>. Acesso em: 20 ago. 2021.

ROSA, Janaina Paula Marques. **Um corpo no mundo**: as subjetividades discursivas no relato de empoderamento de uma mulher gorda através do feminismo. 2020. Dissertação. (Mestrado em Estudos Linguísticos) – Universidade Federal da Fronteira Sul, Santa Catarina, Chapecó, 2020. Disponível em: <https://rd.uffs.edu.br/handle/prefix/3887>. Acesso em: 20 ago. 2021.

ROSO, A.; ROMANINE, M. Empoderamento individual, empoderamento comunitário e conscientização: um ensaio teórico. **Psicologia e Saber Social**, v. 3, n. 1, p. 83-95, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/psi-sabersocial/article/view/12203>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SILVA, R. P., *et al.* O empoderamento do comércio virtual nas redes sociais: um estudo sobre o empreendedorismo no Instagram e Facebook em Vitória da Conquista - BA. *In*: ENCONTRO DE MARKETING CRÍTICO DA UESB, 01., 2018, Vitória da Conquista. **Anais do [...]**. Vitória da Conquista: Uesb, 2018, p. 1-15. Disponível em: <http://www2.uesb.br/eventos/workshopdemarketing/wp-content/uploads/2018/10/VF-O-empoderamento-do-com%C3%A9rcio-virtual-nas-redes-sociais.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SILVA, Renata Laudares. **Facebook, igualdade de gênero e empoderamento feminino no Corfebol**. 2021. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Humano e

Tecnologias) –Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2021. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/215428>. Acesso em: 20 ago. 2021.

SUSSAI, Andressa de Oliveira. **Análise da atribuição das hashtags no Instagram para a representação de imagens**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014. Disponível em: <http://repositorio.bc.ufg.br/handle/ri/10799>. Acesso em: 20 ago. 2021.

VENANCIO, B.; VIANA, G. M. Saberes da formação profissional: um estudo ator-rede quanto à performance da prática de professores em formação. **Revista Insignare Scientia**, v. 4, n. 3, p. 242-256, 2021. Disponível em: <http://periodicos.uuffs.edu.br/index.php/RIS/article/view/12131>. Acesso em: 20 ago. 2021.

VENTURINI, T. Diving in magma: how to explore controversies with actor-network theory. **Public Understanding of Science**, v. 19, n. 3, p. 258-273, 2010. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0963662509102694>. Acesso em: 20 ago. 2021.

**Recebido:** 14 set. 2022.

**Aprovado:** 27 mar. 2023.

**DOI:** 10.3895/rbect.v16n1.15949

**Como citar:** FERREIRA, A. G.; ALLAIN, L. R.; FARIA, E. S. As performances em torno da hashtag empoderamento feminino na rede social Instagram. **Revista Brasileira de Ensino de Ciência e Tecnologia**, Ponta Grossa, v.16, p. 1-19, 2023. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rbect/article/view/15949>>. Acesso em: XXX.

**Correspondência:** Alice Garcia Ferreira - [alicegarciaferreira364@gmail.com](mailto:alicegarciaferreira364@gmail.com)

**Direito autoral:** Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

