XXI ENANCIB
Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação
50 anos de Ciência da Informação no Brasil: diversidade, saberes e transformação social
Rio de Janeiro • 25 a 29 de outubro de 2021

XXI Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXI ENANCIB

GT 10 – Informação e Memória

Espaços de memória e identidade no *Instagram* de coletivos feministas

Memory and identity spaces on Instagram of feminist collectives

Anna Raquel de Lemos Viana - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Izabel França de Lima - Universidade Federal da Paraíba (UFPB)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Com as mudanças ocorridas nas últimas décadas, sobretudo devido à convergência das mídias e ao surgimento de novas sociabilidades e possibilidades com o advento das tecnologias, percebem-se a influência e as rupturas na organização social. Para acompanhar o desenvolvimento social, informacional e digital, as mulheres – em sua dimensão subversiva – buscam romper fissuras para modificar o espaço público e construir novos papéis sociais por meio de novas competências e habilidades com as tecnologias e com a *Internet*, que cada vez mais fazem parte do cotidiano dos sujeitos, embora de maneira ainda desigual e excludente. Nesta pesquisa, propôs-se caracterizar a rede social digital *Instagram* como espaço de memória e identidade de três coletivos feministas na cidade de João Pessoa – PB com diferentes inserções: mulheres vinculadas à universidade; ao mercado; sem vínculo estrutural. Para alcançar o objetivo, a metodologia de abordagem qualitativa foi estruturada quanto à fonte como pesquisa de campo, por meio da etnografia virtual, para entender as características específicas dos coletivos feministas de João Pessoa no *Instagram*. Quanto ao objetivo, a pesquisa é descritiva. Para isso, questionários com mulheres que compunham a coordenação e o gerenciamento dos perfis foram utilizados como instrumento de coleta de dados no *Instagram*. A pesquisa nos mostrou que os coletivos utilizam o *Instagram* como estratégia de transformação com conteúdos informacionais ao dar visibilidade à causa feminista e às memórias e ao se constituir como um lugar de fala e de resistência.

Palavras-chave: espaços de memória; *Instagram*; coletivos feministas.

Abstract: With the changes that occurred in the last decades, mainly due to the convergence of the media and the emergence of new sociability and possibilities with the advent of technologies, the influence and ruptures in the social organization are perceived. To follow the social, informational, and digital development, women - in their subversive dimension - seek to break fissures to modify the public space and to build new social roles by means of new skills and abilities with technologies and the Internet, which increasingly are part of the subjects' daily lives, although still unequally and exclusively. In this research, it was proposed to characterize the digital social network Instagram as a space for the memory and identity of three feminist collectives in the city of João Pessoa - PB with different insertions: women linked to the university; to the market; without a structural link. To achieve the objective, the qualitative approach methodology was structured as to the source as field research, through virtual ethnography, to understand the specific characteristics of João Pessoa's feminist collectives on Instagram. In regard to the objective, it is a descriptive research. Therefore,

questionnaires with women who made up the coordination and management of Instagram profiles were used as instrument of data collection. The research showed us that collectives use Instagram as a transformation strategy with informational content, by providing visibility to the feminist cause and memories and by constituting itself as a place of speech and resistance.

Keywords: memory spaces; Instagram; feminist collectives.

1 INTRODUÇÃO

A organização social das mulheres, na luta por reduzir a desigualdade de gênero, fez denúncias, questionamentos e proposições de mudanças no acesso a direitos e conquistas como a escola, o trabalho, as tecnologias e a autonomia. Trata-se de uma organização provocativa e fundamental no processo histórico de resistência, de denúncia do machismo e de busca pela igualdade de gênero, todavia não de forma direta e rápida, visto que ainda há muito reacionarismo em agentes públicos e sociais, como imprensa, governos, empresas, famílias etc. (BRAZ, 2017).

No Brasil, o feminismo se consolidou na articulação das mulheres contra o regime militar. A partir de um lugar de exclusão, aumentaram os movimentos sociais, e o feminismo foi articulado no seio da militância e da ação, discutindo sobre os paradigmas impostos na política (DELGADO; SOARES, 1995).

Com a convergência das mídias e o surgimento de sociabilidades e possibilidades a partir da tecnologia, houve influência e rupturas na organização social. Para acompanhar o desenvolvimento social, informacional e digital, as mulheres – em sua dimensão subversiva – buscam romper fissuras para modificar o espaço público e construir novos papéis sociais com novas competências e habilidades para lidar com as tecnologias e com a *Internet*. Isso vem se intensificando porque a *Internet*, cada vez mais, faz parte do cotidiano dos sujeitos, embora ainda de maneira desigual e excludente.

As tecnologias – com destaque para o *Instagram*, rede social para compartilhamento de fotos – apresentam reflexões sobre os sentidos da materialidade e os processos contemporâneos de comunicação e uso da informação, o que vai além de mero suporte para um conteúdo (MOUILLAUD, 2002). Elas passaram a possibilitar novas formas de interações e construções de sentidos nas relações sociais. Além de promoverem a conexão entre pessoas de diferentes localidades, viabilizam o compartilhamento de informações instantâneas, com espaços para organizar pautas de lutas e militância com foco em interesses em comum.

Entretanto, apesar da possibilidade de armazenamento e compartilhamento orgânico, os poderes se mesclam e criam obstáculos para que os sujeitos não tenham autonomia informacional nem possam interferir na sociedade promovendo mudanças necessárias para participar efetivamente da cidadania e ir além da mera replicação hegemônica. É necessário um esforço por parte de grupos e dos coletivos para produzir conteúdos contra-hegemônicos. Como estratégia para enfrentar as condições de opressão/submissão às quais as mulheres são submetidas, coletivos feministas utilizam o *Instagram* a fim de construir uma memória diferente da contada por grupos dominantes e opressores.

Nesta pesquisa, objetivamos caracterizar a rede social digital *Instagram* como espaço de memória e identidade de três coletivos feministas na cidade de João Pessoa – PB com diferentes inserções: mulheres vinculadas à universidade; ao mercado; sem vínculo estrutural.

A escolha dos três cenários se deu a partir dos seguintes critérios: a) ser usado como estratégia para compartilhar assuntos sobre e para mulheres; b) ter presença digital (número de seguidores superior a 1.000); c) ter frequência nas publicações e garantir significativamente o engajamento e o alcance de público; d) ser organizado por mulheres; e) ter participantes e principais atividades desenvolvidas na cidade de João Pessoa e para mulheres residentes da cidade de João Pessoa; e f) ter disponibilidade para realizar o questionário.

Esses critérios permitem estudar os espaços de memória no *Instagram* sob três perspectivas, comparando com as dinâmicas que envolvem. A primeira é a Academia (Coletivo EmpodeRI) – espaço importante para mobilizações institucionais e questionamentos, com ambiente para debates críticos e ação política pela existência de mulheres. A segunda, o mercado (Coletivo Nossa Fala), envolve uma dinâmica competitiva e desigual (COTRIM; TEIXEIRA, PRONI, 2020). O projeto une forças de diferentes mulheres, em um movimento com plataforma multimídia de produção e compartilhamento de conteúdo diário, produzido por mulheres, criando uma narrativa feminina nas redes sociais sobre temas da atualidade, como informação, entretenimento e opinião. Assim, veem-se a criação de *networking* e elos entre as mulheres e o mercado de trabalho. E a terceira (Coletivo Leia Mulheres JP) é o grupo de mulheres não vinculadas à Academia nem necessariamente ao mercado: um grupo literário, sem pré-requisito para participação. Nele, elas estão

interessadas em minimizar a desigualdade de gênero, no campo da produção literária, que envolve escrita, mercado editorial - publicação e comercialização - e leitura e propiciar espaços de construção de lugares e de fala em uma sociedade com o histórico de oferecer poucas possibilidades para mulheres.

2 METODOLOGIA

Para entender as características específicas dos coletivos feministas de João Pessoa, no âmbito das redes sociais digitais, sob a perspectiva sem vínculo estrutural, acadêmica e de mercado, utilizamos o procedimento de etnografia virtual.

Nesta etapa, a fim de analisar a frequência das publicações, os tipos e os formatos de linguagem mais utilizadas no *Instagram* dos coletivos, no período de julho de 2018 a julho de 2020 (dois anos), recorremos à etnografia virtual, que "adapta técnicas, procedimentos e padrões metodológicos tradicionalmente empregados na etnografia para o estudo de culturas e comunidades emergentes na Internet" (CORRÊA; ROZADOS, 2017, p. 3).

Geertz (1978), em sua Teoria Interpretativa da Cultura, defende a etnografia como uma "descrição densa" que envolve um conjunto de técnicas e procedimentos para descrever determinada cultura. Segundo ele, "praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante" (GEERTZ, 1978, p. 15). Nesta pesquisa, adotamos o termo 'etnografia virtual', segundo a definição da autora pioneira nas pesquisas com propósitos em análises e interações sociais em comunidades virtuais, Cristine Hine (2000), que trata da utilização do método etnográfico nesses ambientes e decidiu utilizar esse termo, conforme a publicação do livro *Virtual Ethnography* em 2000.

Também traçamos e analisamos o perfil socioeconômico das mulheres, a partir do questionário, dividido em suas seções feito pelo *Google Forms*[1] e enviado, com aviso prévio, às participantes via *WhatsApp*. Na primeira seção, coletamos dados como: sexo biológico, gênero, nacionalidade, naturalidade, idade, renda, raça, *background* religioso, estado civil, número de filhos, escolaridade e funções que ocupa e se identifica como feminista. Na segunda seção, também questionamos sobre a tecnologia que usam (*laptop*, computador, celular, *tablet*), quais as fontes de informações utilizadas para criar os conteúdos, o tipo de planejamento do conteúdo e as fontes de informação.

[1] *Software* gratuito para criação de formulário oferecido pelo *Google*.

3 ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção, descrevemos a caracterização dos sujeitos entrevistados na pesquisa acerca do perfil socioeconômico. Partimos da concepção de que esses dados são resultados da realidade das mulheres, construídos historicamente e por elas mesmas. Assim, obtivemos o produto e o processo de construções sociais que permeiam o cenário das mulheres, como um "lugar social", uma vez que essas considerações e as dimensões sociais que envolvem os sujeitos implicam condutas e práticas sociais.

Quadro 1: Caracterização do perfil dos sujeitos da pesquisa

Entrevistadas [2]	Idade	Escolaridade	Formação	Religião	Estado Civil	Filhos (as)	Renda mensal	Cor	Orientação sexual	Identidade de gênero	Função no coletivo
1	21	Superior incompleto	Relações Internacionais	---	Solteira	Não	+ 3 salários	Branca	Heterossexual	Mulher cis	Monitora
2	29	Superior Completo	Publicidade e Propaganda	Católica	Casada	Não	1 a 3 salários	Branca	Heterossexual	Mulher cis	Cofundadora
3	24	Superior Completo	Letras	Umbandista	Solteira	Não	até 1 salário	Parda	Heterossexual	Mulher cis	Mediadora

Fonte: Elaborado pelas autoras (dados da pesquisa).

Nesse ponto, os resultados até então apresentados nos fazem entender que as entrevistadas se classificam como jovens, o que confirma a categorização atual do Instituto Brasileiro de Geografia Estatística (IBGE), em que jovem designa a faixa etária de 15 a 29 anos. Isso exprime o interesse de mulheres jovens em discutir sobre feminismo e lutar por causas sociais nas redes sociais. Ao discutir sobre as formas como a juventude enxerga as tecnologias, sobretudo a *Internet*, Sousa (2011) apresenta diversas possibilidades de expressão e modos de interagir, por ser um espaço de livre expressão, sem barreiras e censuras governamentais, de fácil acesso e grande circulação de informações. Ou seja, mesmo com limitações, abre possibilidades para fortalecer a democracia.

Conforme sinaliza a literatura, a *Internet* – nesse caso específico, o ***Instagram*** – é vista como um canal de comunicação e sociabilidade que tem exercido influências sobre as mobilizações entre os jovens. Isso porque, segundo Nicolás, Becher e Braga (2011), ao proporcionar canais de comunicação e interação mais práticos e econômicos, a rede propicia modificações na forma como os indivíduos se relacionam em várias esferas da vida social.

[2] Os sujeitos da pesquisa foram legendados como Participantes 1, 2 e 3, para garantir seu anonimato.

As respondentes são brasileiras e naturais da cidade de João Pessoa. Compõem a coordenação e o gerenciamento dos perfis no *Instagram*, na função de monitora, cofundadora e mediadora. Questionamos também se elas se consideram feministas e o que isso significa para elas. As participantes responderam que sim, e acreditam que o feminismo se caracteriza como um movimento de luta de reconstrução e emancipação das mulheres.

De maneira diversificada, as entrevistadas são formadas em Relações Internacionais, Publicidade e Propaganda, e Letras, ampliando as perspectivas de gerenciamento e produção de conteúdo sobre o feminismo e sobre as mulheres. As entrevistadas também têm escolaridade de nível superior e/ou em andamento, o que demostra que, de maneira geral, têm competências informacionais elementares para busca, acesso, seleção, uso e engajamento. “Não se trata, portanto, de sujeitos excluídos informacional e digitalmente ou, até mesmo, desprovidos de redes e relações sociais” (BRASILEIRO, 2017).

Em relação à religião, não existiu uma predominância entre as participantes. Houve, no entanto, uma diversidade. Uma das entrevistadas afirmou ser umbandista; outra, católica, e outra, sem religião.

No quesito estado civil, apenas uma mulher é casada, enquanto as duas outras são solteiras. Nenhuma tem filhos/as, por essa razão, dispõem de mais tempo para se dedicar ao coletivo, estudando e produzindo conteúdos.

A despeito da renda mensal, observamos uma variação das remunerações, que oscilou entre menos de 1 salário mínimo e mais de 3 salários mínimos.

Embora os coletivos trabalhem e discutam sobre interseccionalidade, as entrevistadas são brancas e pardas. Ainda que haja integrantes negras no coletivo, não se encontram mulheres negras gerenciando ou liderando os coletivos. Isso potencialmente perpetua a desigualdade. Os eixos que estruturam a opressão e a exploração fazem emergir desigualdades de gênero que colocam as mulheres negras em um lugar diferente do das mulheres brancas (GONZALEZ, 1988). Em relação à orientação sexual e à identidade de gênero, as mulheres se identificam como mulheres cis, e todas são heterossexuais.

Também perguntamos às mulheres quais eram as fontes de informação que utilizavam, e elas responderam: textos de jornais, artigos, editoriais, programas televisivos, repertório próprio, *podcasts*, *blogs*, redes sociais, filmes, *podcasts* e livros, que se constituem como material suficiente para subsidiar a produção e a disseminação de informações não submetidas ao discurso hegemônico – sobretudo nas redes sociais, espaço

propício para as mobilizações – possibilitando a emancipação social e aproximando o universo material dos sujeitos.

Entre as tecnologias usadas, as entrevistadas citaram, unanimemente, celular e *notebook* e, algumas vezes, o computador. Apropriada pelos movimentos sociais, essa estrutura tecnológica está contribuindo com o enfrentamento e a resistência para construir novos espaços de informação contra-hegemônica.

Para organizar e planejar os conteúdos, apesar de apenas uma entrevistada ter competências específicas na área de Comunicação, todas relataram um planejamento mensal, do qual participam colaborativamente as integrantes, e a definição de tarefas, assim como distribuição de pautas para desenvolvimento. Elas têm grupos no *WhatsApp* para manter contato diariamente e trocar informações no decorrer da execução das tarefas. De maneira mais profissional, o coletivo Nossa Fala dispõe de uma profissional de *design*/ilustradora para criar as artes, enquanto no EmpodeRI e Leia Mulheres JP, a criação é feita por meio de aplicativos de edição, adaptando as artes ao objetivo proposto pelo coletivo. Enfatizaram que, antes da pandemia, as fotos e os vídeos dos encontros eram postados nos *stories* e no *feed.* Agora, no meio digital, adaptaram-se e passaram a publicar fotos de um *print* da tela do *Google Meet*, onde acontece cada encontro.

3.1 Análise da pesquisa etnográfica virtual

Depois de buscar no *Instagram* os coletivos EmpodeRI, Leia Mulheres JP e Nossa Fala, no período compreendido entre julho de 2018 e julho de 2020 (dois anos), obtivemos os seguintes resultados:

Tabela 1: Descrição dos coletivos analisados

Coletivo	Número de seguidores	Número de seguidos	Número de postagens	Número de postagens analisadas no período estabelecido
EmpodeRI	1.100	188	288	203
Leia Mulheres JP	1.338	437	414	61
Nossa Fala	8.507	554	301	264
Total:	**10.958**	**1.179**	**1.003**	**528**

Fonte: Elaborada pelas autoras (dados da pesquisa).

Conforme os critérios estabelecidos anteriormente, todos os coletivos apresentaram quantidade de seguidores superior a 1.000. O coletivo Nossa Fala teve o maior número de seguidores (8.507), seguido do Leia Mulheres JP (1.338) e do EmpodeRi (1.100). Para conseguir atrair e engajar o público, são necessários a frequência de publicações e o engajamento dia após dia. O coletivo Nossa Fala alcançou essa constância por ter como missão publicar, pelo menos, um conteúdo por dia.

O número de seguidores e de postagens analisadas foi maior no coletivo Nossa Fala, seguido pelo Leia Mulheres JP e EmpodeRI. Foram analisadas 264 postagens do Nossa Fala; 61, do Leia Mulheres JP; e 203, do EmpodeRI, portanto, o total de 528 postagens. A frequência das publicações é preponderante para conquistar a audiência do público. É necessário desenvolver estratégias informacionais de relevância e qualidade, isto é, pautadas em conteúdos contra-hegemônicos que consigam atrair os (as) seguidores (as).

Buscando mapear as dinâmicas do ativismo na apropriação do *Instagram*, analisamos os formatos de linguagem utilizados pelo coletivo, expostos na tabela 2:

Tabela 2: Formatos de linguagem utilizados

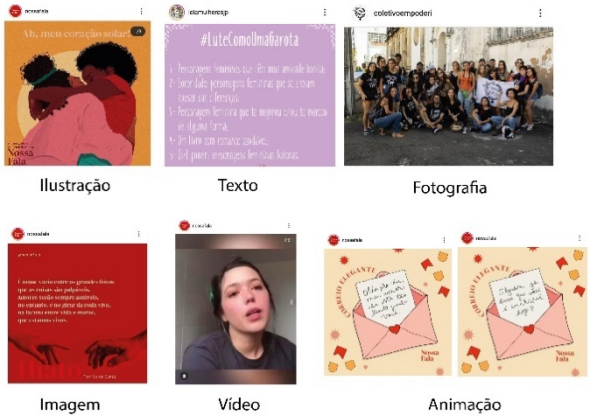
Coletivo	Imagem	Fotografia	Vídeo	Animação	Texto	Ilustração
EmpodeRI	99	89	15	-	-	-
Leia Mulheres JP	20	40	-	-	1	-
Nossa Fala	156	23	42	9	--	34
Total:	**275**	**152**	**57**	**9**	**1**	**34**

Fonte: Elaborada pelas autoras (dados da pesquisa).

Encontramos no *Instagram* do coletivo, os formatos: **imagem** (275), que classificamos como representação visual de algo que pode ser real ou não; **fotografia** (152), fotos reais tiradas por equipamento fotográfico; **vídeo** (57), como gravação de imagens em movimento, com a possibilidade de inserir sons; **animação** (9), formatação de imagem com a possibilidade de ser animada; **texto: (1)** um conjunto organizado de palavras com plano de

fundo monocromático; e **ilustração** (34): imagem utilizada para acompanhar, explicar, interpretar, acrescentar informação, sintetizar, feito de maneira mais elaborada e artística.

Figura 1: Exemplos de formato de linguagem



Fonte: Elaborada pelas autoras (dados da pesquisa).

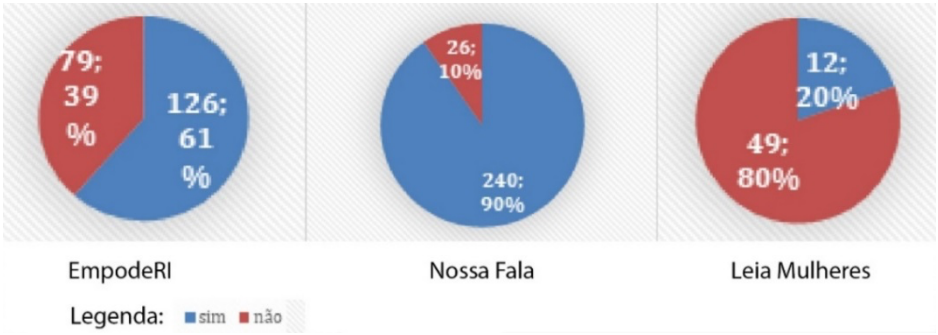
Visualizamos que o Coletivo Nossa Fala explora diversos formatos de linguagem, e isso contribui para que se possa alcançar um público maior, mais diferente e mais engajamento. A imagem e a fotografia foram os formatos de linguagem mais utilizados pelos coletivos, e o texto, o menos utilizado. Isso se deve, dentre outras coisas, ao fato de que o *Instagram* é uma rede social baseada no visual. Além do mais, as fotografias geralmente são registros de encontros e de eventos produzidos pelo coletivo, portanto, um instrumento fundamental, no que tange à memória, para explicar períodos, construir vínculos com o passado e atingir dimensões pessoais e sociais. Nesse contexto, Le Goff (2003) afirma que a fotografia revolucionou a memória, porque considera que ela é algo que detém a verdade e não se pode alcançar com outro tipo de representação imagética. Ao colocar imagens e fotografias dos encontros e das mulheres que participaram, passa a ser um objeto de preservação da identidade, cuja cena é congelada, torna-se uma espécie de passado preservado e fortalece a memória social, ao registrar momentos, pessoas e locais.

Nessa rede social instantânea e visual, a memória é registrada pela imagem, enquanto produção de linguagem e escolhas estéticas e ideológicas, através de técnicas e fotografia com capacidade de fornecer detalhes e ativar o referencial simbólico. Essas propriedades são de suma importância, uma vez que os detalhes permanecem vivos e agregam valor à memória social.

3.2 Análise da interação

Ainda na pesquisa etnográfica virtual, estudamos as interações das redes sociais dos coletivos. Para o *Instagram*, quando alguém comenta, curte ou compartilha a postagem, o algoritmo entende que o perfil é relevante para o usuário e passa a priorizar a exposição desse conteúdo cada vez mais. Nesse caso, para conseguir alcançar um público maior de seguidores, é basilar criar postagens que incentivem o engajamento dos(as) usuários(as), como, por exemplo, pedir que respondam a perguntas, marcar alguém ou, até, reagir com algum *emoji*. O engajamento é sobremaneira importante para o cenário contra-hegemônico, porque dá voz, clareza e frequência a conteúdos sobre mulheres e para mulheres. Essas vivências não são usualmente repassadas via mídia hegemônica. Portanto, analisamos as 528 postagens individualmente para verificar a existência de comentários, contabilizando as postagens que apresentassem, pelo menos, um comentário. Quanto aos dados sobre comentários, temos:

Figura 2: Análise dos comentários nas postagens



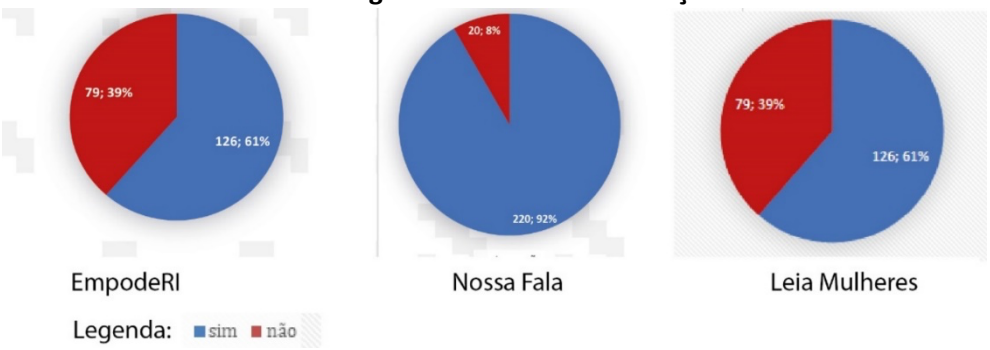
Fonte: Elaborada pelas autoras (dados da pesquisa).

Com base nesses resultados, podemos entender que, em todos os coletivos, prevalece uma quantidade superior a 60 % de postagens com comentários. O Nossa Fala tem o maior número de postagens com comentários. Esse coletivo, além de ter mais seguidores e seguidoras, trata de assuntos do cotidiano das mulheres. É o coletivo que tem, no gerenciamento das redes sociais, profissionais de Comunicação. Esses são pontos que podem explicar o fato de as postagens conseguirem ser direcionadas mais amplamento para o público. Com mais alcance, maior é a chance de interações, e assim sucessivamente. É primordial ressaltar a importância de se preocupar não apenas em postar os conteúdos, mas, do ponto de vista da memória, é necessário valorizar a memória postada.

Portanto, os coletivos estão tendo engajamento com as mulheres. Alinhado a isso, de acordo com Pollak (1989, p. 4), "no trabalho de constituição e de formalização das memórias," não é suficiente trazer apenas um testemunho, mas encontrar muitos pontos de convergência entre o que queremos afirmar e as memórias dos testemunhos. Assim, é possível reconstruir sobre uma base comum.

A partir dessa menção, analisamos se os coletivos se preocupam em responder aos comentários, interagindo e construindo uma base de relatos comum. O cálculo foi feito registrando se em todas postagens analisadas, os comentários eram respondidos. Os resultados podem ser vistos nos gráficos seguintes, que mostram a porcentagem de postagens com comentários respondidos para cada coletivo.

Figura 3: Análise das interações



Fonte: Elaborada pelas autoras (dados da pesquisa).

Nessa circunstância, observamos que há uma grande preocupação em responder ao público e interagir com ele. Novamente, o coletivo Nossa Fala se destacou por ter mais interação, com 92% dos comentários respondidos, enquanto o EmpodeRI e o Leia Mulheres JP atingiram a mesma média de 61% de respostas para comentário. Essa função da rede é um espaço de memória, pois "há uma rede articulada dessas identidades diferentes, uma organização inconsciente da memória coletiva que nos cabe tornar consciente de si mesma" (NORA, 1993, p. 18).

As pessoas utilizam o *Instagram* para se expressar, comunicar as ações e se aproximar da sociedade de maneira ampla e construir uma memória que é compartilhada, visível e exposta à interação.

> As novas relações estabelecidas no ciberespaço requerem curtidas, comentários e repercussão, cibridamente. Se a memória ali representada não for capaz de trazer isso, ela facilmente é deletada. Nesse sentido, o

> diálogo entre a memória e o esquecimento torna-se ainda mais evidente na modernidade líquida das redes sociais. (GRIMALDI; ROSA; LOUREIRO; OLIVEIRA, 2019, p. 73)

Cunha (2011, p. 102) assinala que o que passou torna-se atual e altera, de certa forma, o processo de construção da memória. Trazendo esse raciocínio para esta pesquisa, esse seria, supostamente, o mesmo efeito causado pela rede social *Instagram*, pois é possível ter contato com o que foi produzido em sua plataforma a qualquer momento, a poucos cliques das usuárias, e retornar a acontecimentos passados ali retratados. Podemos entender a memória como uma construção social, criada, ao mesmo tempo, individual e coletivamente. Essa realidade também pode ser aplicada aos meios digitais. A memória seria, então, esse trabalho de reconhecimento e (re)construção, que atualiza os "quadros sociais" nos quais as lembranças podem permanecer e, então, articularem-se entre si.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa nos mostrou que os coletivos Nossa Fala, EmpodeRI e LeiaMulheresJP utilizam o *Instagram* como estratégia de transformação com conteúdos informacionais, ao dar visibilidade à causa feminista e às memórias e ao se constituir como um lugar de fala e de resistência. Também constatou que o *Instagram* dos coletivos corresponde aos pontos expostos e abordados por Pierre Nora (1993) e foi compreendido como um lugar de memória e de identidade feminista.

Para chegar a esse entendimento, inicialmente traçamos o perfil socioeconômico de três feministas responsáveis pelo gerenciamento dos coletivos de João Pessoa no *Instagram*, a fim de entender a realidade socioeconômica na qual elas estão envolvidas. Constatamos que se trata de mulheres jovens, residentes em João Pessoa, sem filhos, com formação acadêmica de nível superior em andamento ou concluída. De maneira geral, são mulheres em contexto de privilégios por serem brancas/pardas e com acesso à educação. Como são jovens e não têm filhos, dispõem de mais tempo para administrar o *Instagram* e se familiarizar com as ferramentas.

Constata-se ainda falta de representatividade de mulheres negras na liderança dos coletivos. Esse indicativo mostra a necessidade de se discutir as condições de opressão e silenciamento no qual mulheres negras são submetidas.

Em seguida, visando apresentar as particularidades da rede social digital *Instagram* como um espaço de memória e identidade de três coletivos feministas na cidade de João Pessoa – PB, observamos que ele é um terreno fértil para criar e propagar conteúdos contra-hegemônicos no campo de conflito. Nas análises dos comentários e das interações, percebemos que os conteúdos foram recebidos de maneira favorável pelas integrantes e por seguidores, que se identificam com informações, comentam, interagem e se sentem mais confiantes para relatar suas vivências e suas memórias. Assim, validam *o Instagram* como espaço de memória e identidade feminista.

As feministas responsáveis por gerenciar os coletivos utilizam celulares e/ou *notebooks* e organizam e delegam mensalmente a produção dos conteúdos a serem publicados. Embora utilizem uma variedade de formatos (textos, vídeos, imagens, fotografias, animação, ilustração), dão ênfase à imagem e à fotografia para compartilhar conteúdos. Desse modo, a rede social serve como recurso para construir a memória e informar os coletivos que se constituíram como espaços de disseminação de informação e construção de memórias e identidades, como um movimento organizado e legítimo.

Por isso, também nos preocupamos em mapear as dinâmicas do ativismo na apropriação do *Instagram* e concluímos que é imprescindível as mulheres se unirem para pensar em táticas de transformação e que o cumprimento dessas táticas 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 onde podem se posicionar e ter um espaço para serem ouvidas, apresentar suas histórias, relatar suas diferenças e revelar as desigualdades e as opressões que permeiam suas vidas. Além da possibilidade de fala, pela caracterização do perfil das entrevistadas, o *Instagram* cria possibilidades materiais e simbólicas para que elas consigam se manifestar e modificar/movimentar o cenário local de João Pessoa, mas também alcançar outros locais.

REFERÊNCIAS

BRASILEIRO, Fellipé Sá. **Resiliência informacional:** modelo baseado em práticas informacionais colaborativas em redes sociais virtuais. 2017. 227 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2017. Disponível em: https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/9710. Acesso em: 20 nov. 2020

BRAZ, Marcelo. O golpe nas ilusões democráticas e a ascensão do conservadorismo reacionário. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 128, jan./abr. 2017. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/sssoc/n128/0101-6628-sssoc-128-0085.pdf. Acesso em: 23 mar. 2021.

CORRÊA, Maurício de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 22, n. 49, p. 1-18, maio/ago. 2017. Disponível em: https://doi.org/10.5007/1518-2924.2017v22n49p1

COTRIM, Luisa Rabioglio; TEIXEIRA, Marilane Oliveira; PRONI, Marcelo Weishaupt. Desigualdade de gênero no mercado de trabalho formal no Brasil. **Texto para Discussão**. Campinas, n. 383, jun. 2020. Disponível em: https://www.economia.unicamp.br/textos-para-discussao/desigualdade-de-genero-no-mercado-de-trabalho-formal-no-brasil. Acesso em: 22 mar. 2021.

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. Disponível em: http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/22062. Acesso em 29 abr. 2021.

DELGADO, María Berenice Godinho; SOARES, Vera. O movimento de mulheres na transição democrática brasileira**.** *In*: HELLMANN, Michaela (org.). **Movimentos Sociais e Democracia no Brasil**. São Paulo: Marco Zero, 1995.

GEERTZ, Cliford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.

GONZALEZ, Lélia. Por un feminismo afrolatinoamericano. **Caderno de Formação Política do Círculo Palmarin**o, n. 1, p. 12-20, [1988]. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/271077/mod_resource/content/1/Por%20um%20feminismo%20Afro-latino-americano.pdf

GRIMALDI, Stphanie Sá Leitão; ROSA, Maria Nilza Barbosa; LOUREIRO, José Mauro Matheus; OLIVEIRA, Bernardina Freire de. O patrimônio digital e as memórias líquidas no espetáculo do Instagram. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 24, n. 4, p. 51-77, 2019. Disponível em: http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/3340. Acesso em: 20 abr. 2021

HINE, Christine. Virtual Ethnography. London: Sage, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílios Contínua (PNAD Contínua)**. [*S. l.: s. n.*], 2019.

LE GOFF, J. **História e memória**. Campinas, SP: Ed. da Unicamp, 2003.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. **O jornal. Da forma ao sentido.** Brasília, DF: Editora UnB, p. 29-35, 2002.

NICOLÁS, Maria Alejandra; BECHER, André; BRAGA, Sérgio. Elites políticas e NTICs: uma análise do uso da internet pelos candidatos aos governos estaduais e ao senado nas eleições

brasileiras de outubro de 2010. *In*: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 35., 2011, Caxambu, MG. **Anais do Encontro Anual da Anpocs [...]** Caxambu, MG: [s.n], outubro de 2011. Disponível em: https://anpocs.com/index.php/papers-35-encontro/gt-29/gt01-21/834-elites-politicas-e-ntics-uma-analise-do-uso-da-internet-pelos-candidatos-aos-governos-estaduais-e-ao-senado-nas-eleicoes-brasileiras-de-outubro-de-2010/file. Acesso em: 20 dez de 2020.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Projeto História**, São Paulo, n 10, p. 12., jul./dez. 1993. Disponível em: https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101

POLLAK, Michael. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista estudos históricos**, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em: http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2278

SOUSA, Carlos. Novas linguagens e sociabilidades: como uma juventude vê novas tecnologias. **Revista interacções**, n. 17, p. 170-188, 2011.Disponível em: http://hdl.handle.net/10400.15/508