

# Redes [digitais] feministas e de mulheres: *hackeando* o patriarcado?<sup>1</sup>

Kareen Regina Terenzzo<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-5920-0555>

Bruna Mendes de Vasconcellos<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-4017-0384>

I - Universidade Federal do ABC.  
Santo André (SP). Brasil.

**Resumo:** O espaço da mediação digital, nomeadamente plataformas digitais, é um *lócus* contemporâneo por meio do qual é possível observar uma imagem complexa e paradoxal de um conjunto de dinâmicas em torno das articulações feministas. Este artigo busca, com base em uma combinação de metodologias, mapear e analisar essas dinâmicas, tomando como observatório de análise a rede social Instagram. Como resultado, apresenta-se uma radiografia da estrutura comunicacional dessas articulações, a qual evidencia pautas feministas e de mulheres que se manifestam como ações políticas que buscam expandir o fluxo de comunicação da gramática feminista por meio deste dispositivo, o Instagram.

**Palavras-chave:** ativismos feministas; feminismo; cultura digital; comunicação.

**Abstract: Feminist [digital] networks: hacking patriarchy?** - The space of digital mediation, namely digital platforms, and particularly, Instagram, serve as a contemporary *locus* for observing the complex and paradoxical dynamics of feminist articulations. This study aims at mapping and analysing these dynamics through the employment of a combination of methodologies. As a result, a radiography of the communicational structure of these articulations is presented, highlighting feminist and women's agendas and practices which manifest themselves as political actions which seek to expand the flow of communication of feminist grammar through this device, Instagram.

**Keywords:** feminist activism; feminism; digital culture; communication.

1 O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) – código de financiamento 001, Portaria 206 de 04/09/2018.

## Introdução

Desde as chamadas Marchas de Junho ocorridas no Brasil em 2013, vimos surgir vários grupos, coletivos sociais e movimentos ativistas nas redes como Facebook, Instagram e o antigo Twitter (atual X), incluindo os ativismos feministas. Especialmente entre os anos 2015 e 2016, em meio à intensa crise política que se configurava no cenário brasileiro, foi possível observar a intensificação e atuação desses movimentos quando as redes sociais digitais foram tomadas por campanhas feministas contra o assédio e a violência sexual utilizando esse instrumento para colocar os holofotes nos não ditos. Além do clamor ativista feminista nas redes sociais<sup>2</sup>, também as ruas das principais cidades brasileiras foram ocupadas por mulheres que se serviam de símbolos e motes das vagas feministas anteriores com cartazes e palavras de ordem, como, “Nenhuma a Menos”, “Fora, Cunha!”<sup>3</sup>, “O Cunha sai, a pílula fica”; “O corpo é nosso, não da bancada moralista”. Predominantemente jovens e, aparentemente, de diferentes classes sociais, milhares de mulheres caminharam unidas pelas ruas. De fato, antes da “Primavera Feminista” ou “Primavera das Mulheres”<sup>4</sup>, como este marco tornou-se conhecido em termos midiáticos, nunca na história<sup>5</sup> houve tamanha difusão em torno dos feminismos.

Outra potencial característica a ser observada nesses movimentos é a apropriação da tecnologia comunicacional (as redes sociais) e sua utilização como veículo de contestação e união, ou de solidariedade entre mulheres. Quando o assunto é violência, as redes sociais alimentam e interligam um número crescente de mulheres, que se manifestam e encorajam outras mulheres à autoexpressão política (Baer, 2016).

- 2 Em agosto de 2015, poucos meses antes do ato “Fora, Cunha!”, cerca de 70 mil mulheres integraram a quinta Marcha das Margaridas; e poucos dias após o ato, organizou-se a Primeira Marcha das Mulheres Negras, com cerca de 50 mil ativistas de todo o país. Ambas as marchas aconteceram em Brasília.
- 3 O PL 5069/2013, resumidamente, previa punição a quem instruisse ou orientasse gestantes sobre como praticar o aborto ou prestasse qualquer auxílio, mesmo nos casos do aborto legal, permitido em caso de estupro ou por fetos anencefálicos. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=565882>. Acesso em: 08 Set. 2024.
- 4 Alguns periódicos de mídia, como El País e Carta Capital, denominaram esses movimentos e manifestações ocorridas no Brasil, em 2015, como Primavera Feminista ou das Mulheres. Disponível em <https://www.cartacapital.com.br/sociedade/primavera-feminista-o-lugar-da-mulher-e-na-politica-8213/>; [https://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/13/opinion/1447369533\\_406426.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2015/11/13/opinion/1447369533_406426.html). Acesso em: 8 abr. 2024.
- 5 Podemos dizer que ao longo da história mundial, há mais de 250 anos, os ativismos feministas do Norte e do Sul utilizam tecnologias de comunicação, tais como, jornais, rádios, panfletos, revistas, zines. Com o advento da internet e das diferentes plataformas digitais, a comunicação (e os ativismos) feministas e de mulheres expande de forma transnacional (Mendes; Dikwal-Bot, 2020).

O movimento MeToo<sup>6</sup>, ocorrido em 2017, mas que ainda hoje reverbera, mostrou como milhares de mulheres, anônimas ou não, voltaram-se para as redes sociais usando a *hashtag* MeToo para denunciar episódios de assédio e abuso sexual — “embora a ideia fosse compartilhar experiências de violência sexual, tornou-se uma campanha política e um movimento em muitos países” (Kannengieber, 2020). No contexto brasileiro, antes da #MeToo, as campanhas #primeiroassédio (2016) e #meuamigosecreto (2015), foram amplamente propagadas nas redes sociais, expondo a realidade sobre abuso e violência sexual que durante anos permaneceu velada devido ao medo e à vergonha das mulheres em falar sobre o assunto. Também a campanha #EleNão, que surgiu de forma orgânica em 2018, em protesto à candidatura de Jair Bolsonaro, tomou dimensão internacional através das plataformas digitais<sup>7</sup>, reunindo e levando milhares de mulheres, feministas e não feministas, às ruas.

Se os ambientes digitais propiciam uma clara *popularidade* contemporânea dos feminismos que ajuda, nomeadamente, a mobilizar seus sujeitos de uma forma sem precedentes em torno de suas reivindicações, por outro, essa mesma popularidade, assente no fundo cultural neoliberal (Farris; Rottenberg, 2017), parece causar o desenvolvimento de outros tipos de articulações não emancipatórias. Assim acontece com a sua cooptação pelas lógicas neoliberais do consumo e do *empoderamento* individual (Gill, 2007; McRobbie, 2009; Budgeon, 2011). Avançamos para o que McRobbie (2009) cunhou pela expressão “*undoing feminism*” ou “desfazendo o feminismo”, para designar o modo como, nas sociedades nas quais o neoliberalismo atua [com mais vigor], discursos de escolha, empoderamento e individualismo oferecem às mulheres uma percepção [glamourizada] de que todas as reivindicações feministas foram resolvidas, à medida que as orienta para existência de uma suposta igualdade — como o acesso à educação, ao trabalho formal, e à participação na sociedade civil (McRobbie, 2009).

Contrariamente a esta posição, Baer (2016) argumenta que a utilização das plataformas digitais [pelas mulheres e pelos feminismos] têm tornado

6 O movimento tornou-se conhecido pela atriz Alyssa Milano, que encorajou mulheres vítimas de assédio, como ela, a se manifestarem usando a #MeToo. Mas foi a ativista social estadunidense e organizadora comunitária, Tarana Burke, que fundou, em 2006, a organização não governamental (ONG) MeToo, visando oferecer assistência às mulheres e meninas vítimas de abuso e violência sexual. O Brasil conta, há cerca de um ano, com uma representação desta ONG.

7 Utilizamos plataformas digitais nos termos de Mendes; Ringrose; Keller (2019), a saber, como tecnologias que abarcam diferentes interfaces de comunicação digital, tais como sites e blogs, e redes sociais como Instagram, X, YouTube, Facebook, Tumblr e TikTok.

visíveis, em escala global, questões que persistem desde as ondas feministas anteriores, da opressão de gênero à inclusão social, ao debate das diferenças, às questões da interseccionalidade. Parte do ativismo feminista nas redes tem também permitido falar com mais frontalidade sobre questões como o direito ao aborto e as relações de abuso e violência sexual, antes limitadas à esfera dos tabus e dos indizíveis.

Independente da complexidade acerca da tecnologia comunicacional, é inegável que as redes sociais, como instrumento de visibilidade e mobilização política, têm um grande potencial para disseminar amplamente ideias feministas, para conectar diferentes movimentos sociais e grupos feministas. Por essa razão, inúmeros trabalhos têm investigado os ativismos digitais feministas<sup>8</sup> e/ou a atuação de mulheres nas redes sociais, oferecendo tanto análises positivas quanto críticas a estes. No entanto, as inferências na prática, no *fazer feminismo*, têm sido parcialmente analisadas na literatura contemporânea.

Incidindo nessa lacuna, este artigo tem o objetivo de analisar a estrutura comunicacional dos ativismos digitais feministas e de mulheres e suas imbricações<sup>9</sup>. Para isso, foi feito um mapeamento acerca dos temas e das lutas das mulheres, e dos feminismos, tendo como observatório de análise a rede social Instagram. O mapeamento foi feito de forma manual, e posteriormente contou com suporte de um *script* em Phyton<sup>10</sup> e do *software* Ghepi<sup>11</sup> com o intuito de sistematizar e obter uma imagem, como uma radiografia, dos feminismos em rede, o que, por sua vez, permite também visualizar as pausas e os elos feministas tramados na rede. O texto está dividido em quatro partes: esta introdução, que apresenta o tema geral, o debate teórico onde o trabalho se insere; o percurso metodológico, objetivo e objeto de estudo; análise preliminar sobre os resultados obtidos; e considerações finais.

8 Ao longo deste trabalho utilizamos o termo ativismos digitais feministas cf. Mendes; Ringrose; Keller (2019).

9 Este artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla de doutorado em andamento. O recorte aqui apresentado é uma etapa inicial da pesquisa (de cunho qualitativo) que mapeia os ativismos feministas no Instagram como base de informação para prosseguir, em etapa posterior, com a seleção de ativismos e grupos a serem entrevistados em profundidade.

10 De código aberto e gratuito, Phyton é uma linguagem de programação usada em diversas aplicações da Web, como a análise de dados. Neste trabalho, foi utilizada a fim de sistematizar o percurso realizado de forma manual e analítica da Fase 1.

11 De código aberto e gratuito, Gephi é um software de visualização e exploração para todos os tipos de gráficos de redes. Foi utilizado na Fase 2 para ampliar os dados obtidos na Fase 1, e na Fase 3 para refinar os dados da Fase 2.

## Redes digitais feministas: *hackeando* o patriarcado?

O ponto de partida deste artigo são os desafios que se colocam hoje ao feminismo — como movimento coletivo, político e cultural na sua intercepção com outros movimentos, forças ideológicas, que com ele se articulam — num momento em que este parece ter se tornado “tão popular” (Banet-Weiser, 2018). No entanto, esta popularidade, particularmente visível [e propalada] na [e pela] cultura midiática, tem diferentes tipos de articulações. Com efeito, um olhar feminista sobre as plataformas digitais devolve-nos uma estranha, paradoxal e complexa imagem de um espaço de disputa discursiva sobre as reivindicações das lutas feministas. Nelas, encontramos ativistas feministas tão diversas quanto os próprios feminismos, uma visibilidade sem precedentes de suas reivindicações; apropriações do feminismo para fins de consumo e empoderamento individual; e ainda, uma cultura conservadora que se apropria dos ganhos feministas e das mulheres, que, associados a uma misoginia [digital]<sup>12</sup> crescente, produz um antifeminismo hostil e agressivo.

Estudiosas do Norte Global, como Banet-Weiser (2018), Gill (2007) e McRobbie (2009) analisam que, assim como as plataformas digitais permitem a circulação de mensagens, ideias e lógicas feministas, elas tornam, simultaneamente, apetecíveis à capacidade neoliberal de as cooptar para lógicas do pós-feminismo, colocando o feminismo em um duvidoso relacionamento com os valores neoliberais — do individualismo, da autorregulação e do empreendedorismo. Por outro lado, podem ainda servir de pretexto para uma radicalização conservadora das políticas neoliberais. Para McRobbie (2009), o pós-feminismo define-se por uma contradição, um “duplo emaranhamento” de ideias feministas e antifeministas. A autora argumenta que os ganhos feministas dos anos 1970 e 1980 foram engendrados de tal forma que o feminismo reconhecido hoje é um feminismo que “pode ser levado em conta”, “pode ser considerado”. Contrapondo-o ao “backlash” de Susan Faludi (1991), McRobbie (2009) argumenta que, para o feminismo ser levado em conta, precede que ele deixe de existir; o que equivale dizer que o pós-feminismo invoca o feminismo, nele se apoia, para sugerir que, afinal, a igualdade foi alcançada, que as mulheres são livres — sobretudo para escolher — e, portanto, o feminismo deixou de ser necessário. Desse modo, a cultura pós-feminista desfaz o feminismo (*undoing feminism*).

12 Utilizamos o termo cf. Banet-Weiser (2018). Para a autora, o feminismo popular e a misoginia popular coexistem, são dois *zeitgeists* neoliberais contemporâneos.

Talvez, como avalia Budgeon (2011), a principal diferença entre o *backlash* (Faludi, 1991) que se abatia sobre a sociedade norte-americana, e já tinha muito em comum com as formas neoliberais de reação às conquistas feministas (sobretudo as da segunda onda), e o pós-feminismo manifestado hoje, é que este último não é um retrocesso ou uma reação em relação ao feminismo, mas um discurso insidioso que depende de incorporar o feminismo, seletivamente, para mostrar sua eficácia. Para Budgeon (2011), as racionalidades instrumentais do pós-feminismo trabalham em conjunto com a influência do feminismo da segunda onda para instaurar, por exemplo, o valor da independência ou da “feminilidade autônoma”. Entretanto, a feminilidade não é totalmente autônoma, é regulada e sujeita à prestação de contas de acordo com normas de gênero heteronormativas, que vêm sendo reconstituídas em um cenário de mudança social mais ampla (Budgeon, 2011).

Em contraposição à McRobbie (2009), o ambiente cultural e político analisado parece também operar um possível refazer do feminismo, ou, como conceitua Baer (2016), “*redoing feminism*”, o que muito se deve também aos ativismos feministas nas plataformas digitais. Embora reconheça que os ativismos feministas muitas vezes operam “em conjunto com a subjetividade neoliberal e formas empreendedoras de autopromoção, autoconfiança e autogovernança” (Baer, 2016, p. 18), a autora argumenta que, ao romper com silêncios e hierarquias existentes — à medida que opera e potencializa expressões feministas, interligando histórias individuais às coletivas — os feminismos escapam à autogovernamentalidade neoliberal [e à autoridade das instituições]. Como exemplo a esta afirmação, observamos ativismos e ativistas na rede social Instagram<sup>13</sup> que têm atuado com frontalidade pela descriminalização do aborto, se propõem a oferecer informações e uma rede segura de apoio às mulheres que necessitem e optem pelo procedimento, conforme a lei brasileira. Também observamos coletivos feministas que têm promovido questionamentos e debates sobre os riscos da Inteligência Artificial e da utilização do reconhecimento facial, clamam pela regulação da internet e equidade tecnológica<sup>14</sup>, e ainda, redes e coletivos organizados em prol do meio-ambiente<sup>15</sup>.

Mendes, Ringrose e Keller (2019) argumentam em consonância a Baer (2016), que, mesmo que as ações nas plataformas digitais possam ser consideradas

13 Como exemplo, @nempresanemmorta; @milhaspelasvidasdasmulheres; @portalcatarinas.

14 Como exemplo, @codingrights; @olabi; @pretalab.

15 Como exemplo, @soscopo.feminista.

efêmeras ou temporárias, a sensibilidade pós-feminista pode ser contestada enquanto tais ações chamam à atenção para a importância do ativismo digital feminista. As autoras atribuem a visibilidade dessa política feminista contemporânea tanto às oportunidades oferecidas pelas tecnologias comunicacionais, quanto pelo atual momento cultural, por meio do qual o feminismo vem se tornando cada vez mais popular. Com o termo *(re-)presence-ing feminism*, as autoras sinalizam a necessidade de um *feminismo agora* e fundamentam seu argumento no imenso potencial que o ativismo digital feminista pode oferecer através das conexões e redes solidárias, as quais podem despertar e engajar políticas feministas. Para além das formas mais visíveis de ativismo, muitas dessas resistências<sup>16</sup> [...] são “ocultas, privadas e, ‘sob o radar’ feminista, particularmente de adolescentes na escola, desafiam a cultura do estupro” (Mendes; Ringrose; Keller, 2019, p. 7).

Contrariamente a estas posições, Bennett e Segerberg (2012) argumentam que indivíduos inseridos no contexto neoliberal não atuam em uma ação coletiva, e que esta se transforma em um *conectivo ação*. Conforme as autoras, a identidade coletiva pode ser ignorada, pois, no ambiente neoliberal, as pessoas encontram novas maneiras de agir umas com as outras, sem a necessidade de negociar ou ajustar mutuamente estruturas cognitivas, para construir significados compartilhados e formar um sentimento de *nós*. Já Kannengieber (2020) alerta que a conectividade mediada nas redes *online* de mulheres também reforça e produz [novas] desigualdades, já que nem todas as mulheres acessam ou têm acesso à internet.

Antes de prosseguirmos, duas reflexões são importantes. A primeira, é que do mesmo modo que vimos surgir a Primavera Feminista, em resposta aos avanços e às conquistas feministas, vimos surgir movimentos antifeministas — ondas neoconservadoras revestidas em nome da chamada *ideologia de gênero*; neste sentido, em contraposição a McRobbie, *backlash* ou não, observa-se uma verdadeira *cruzada moral* (Miskolci, 2018) em defesa da tradição, família e propriedade para enquadrar todas as pessoas, em um único e excludente modelo ideológico, o heteronormativo. E os mesmos dispositivos comunicacionais, que servem para tecer as malhas da comunicação dos movimentos feministas, servem também aos grupos neoconservadores e antifeministas.

Quer dizer, neste cenário paradoxal, onde *se desfaz e refaz o feminismo*, coexistem com os ativismos feministas, a cultura pós-feminista e os movimentos antifeministas. Destarte, o pós-feminismo integra nossa pesquisa como

16 Como exemplo #BeenRapedNeverReported.

objeto crítico de análise, e não como uma perspectiva analítica. Conforme Banet-Weiser; Gill; Rottenberg (2019, p. 2, tradução nossa), a difusão do discurso pós-feminista aparece em diferentes grupos e contextos: “[ele] não é apenas criado, expresso e divulgado, mas também recebido e reproduzido”. Trata-se de uma racionalidade instrumental que interpela os sujeitos, presumivelmente [mas não só] um número limitado de mulheres brancas, de classe média e majoritariamente jovens, publicizando, muitas vezes, a diversidade de forma elegante e glamourizada<sup>17</sup>.

A segunda reflexão trata de considerar as diferenças históricas, políticas, econômicas e socioculturais, que marcam a trajetória do feminismo no Brasil (e na América Latina), em relação ao Norte, sobretudo Estados Unidos e França. Estas diferenças são ainda marcadas por relações de dominação. As chamadas ondas ou vagas feministas não podem ser compreendidas como um movimento único ou linear. Yuderlys Espinosa Miñoso (2019) questiona que, a mesma denúncia que a epistemologia feminista fez à produção científica ocidental do conhecimento como um ponto de vista parcial, encoberto de objetividade e universalidade, o feminismo decolonial tem feito à *razão feminista* — aquela se considera como verdadeira, única, seguindo uma linha de tempo, a eurocêntrica [e a estadunidense], e as redes passam a ser um lugar através do qual é possível ver a imensidão de pautas que perpassam as teias feministas.

Feitas estas contextualizações, no tópico seguinte discorreremos sobre o passo a passo do percurso metodológico no observatório de análise, o Instagram.

### **Observatório de Análise: um olhar feminista sobre o Instagram**

Que os movimentos feministas têm se mobilizado, atuado e se articulado por meio das redes sociais, é fato. No entanto, de que maneira estas articulações reverberam e quais suas implicações para o movimento? O refazer o feminismo de Baer (2016) pode ser lido como uma forma de *hackear*<sup>18</sup> o patriarcado?

17 O objetivo geral da pesquisa é refletir sobre a coexistência de articulações e ativismos dos feminismos, nas suas diferentes manifestações observáveis, com um conjunto de novas hegemonias que neles seletivamente se apoiam para desenhar uma nova cultura midiática de consumo e/ou conservadora. Neste artigo, o objetivo principal é apresentar o mapeamento como uma etapa preliminar da pesquisa, e diante da limitação de espaço, contextualizamos o tema em linha, mas não aprofundamos o debate.

18 O uso da palavra *hackear* neste artigo é uma metáfora inspirada na organização @codingrights que emprega o termo como uma estratégia de defesa no desenvolvimento, regulação e uso das tecnologias.

Para Gayle Letherby (2003), feminismo é sobre teoria e prática, e deste modo, abarca também uma abordagem metodológica. Para esta autora, todas nós somos teóricas no sentido que pensamos, analisamos, interpretamos e refletimos de modo a *fazer sentido para as nossas vidas*. As teorias ou perspectivas apenas providenciam enquadramentos para explicar o *fazer sentido ao que está acontecendo*. Assim, seguindo o exemplo de múltiplas análises feministas de artefatos culturais, procuramos nos aproximar dos textos e imagens mapeados com a noção de que “o que torna a pesquisa feminista *feminista* (grifo nosso), não são [somente] os métodos usados, mas as maneiras particulares em que eles são implantados e os quadros em que são localizados” (Letherby, 2003, p. 87).

Inspiradas nos trabalhos de Gibbs *et al.* (2015) e Mendes, Ringrose e Keller (2019), buscamos identificar e sistematizar a gramática feminista na rede social Instagram. A escolha pelo Instagram como observatório de análise se justifica dada nossa prévia observação acerca das articulações e interações feministas e de mulheres, e sobretudo, pelas características comunicacionais que esta rede social reúne, pois permite uma variedade de formatos como o *carrossel de imagens* que possibilita mesclar os textos às imagens, vídeos (*Reels*) e transmissões ao vivo (*live*). Em suma, possibilita diferentes formas de expressão verbal, textual e visual, e é possível observar uma diversidade maior de participantes<sup>19</sup> — de empresas a ativismos, da mídia independente à mídia *mainstream*, de perfis individuais aos coletivos. Conforme Gibbs *et al.* (2015, p. 6, tradução nossa), “cada plataforma de mídia social passa a ter sua própria combinação única de estilos, gramáticas e lógicas [...] constituindo um ‘vernacular da plataforma’ [...] ou um gênero popular de comunicação”.

O mapeamento foi dividido em três fases: a Fase 1 ocorreu entre os meses de maio e novembro de 2023; as Fases 2 e 3, ocorreram entre fevereiro e abril de 2024. O percurso da Fase 1 teve como objetivo específico coletar perfis autointitulados feministas ou de conteúdo feminista. Esse processo foi realizado de forma manual e analítica, e ocorreu de forma relativamente aleatória através de uma conta individual do Instagram<sup>20</sup>. Como ponto de partida estabelecemos dois critérios: o primeiro, foi seguir, navegando pelo

19 Este mapeamento é de cunho qualitativo. Entretanto, vale dizer que o Instagram é a rede mais consumida no Brasil, cf. matéria publicada pela Forbes em 28 de março de 2023. Disponível em <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/instagram-segue-na-lideranca-no-brasil-mas-declino-das-redes-preocupa-big-techs/>. Acesso em: 31 maio 2024.

20 Posteriormente à Fase 1 do mapeamento, foi criado um perfil no Instagram a fim de concentrar as informações coletadas, e de certa forma, não vincular um perfil pessoal à pesquisa.

próprio Instagram, os rastros de perfis<sup>21</sup> que se intitulam feministas e/ou que publicam pautas feministas via menções<sup>22</sup> de outros perfis; o segundo critério considerou as recomendações dos algoritmos do Instagram para seguir perfis semelhantes. Dito de outro modo, a interação ou conectividade de uma conta pessoal do Instagram com perfis e ativismos feministas conduziu a novos perfis. A seleção dos perfis obedeceu aos seguintes critérios: 1) coleta de textos, descrição e nome do perfil (ou a convenção estilística nomeada arroba); 2) número de seguidores (acima de 1 mil<sup>23</sup>); e 3) perfis com textos no idioma português brasileiro<sup>24</sup>. Durante o mapeamento, outro critério adotado foi priorizar perfis que se apresentavam como coletivos, comunidades, redes, movimentos, criadores de conteúdo ou organizações não governamentais (ONGs), ou seja, se colocam como *mais de uma voz*. Portanto, perfis relacionados a partidos políticos, acadêmicos e de indivíduos foram coletados, mas excluídos desta seleção. Como resultado inicial, obtivemos um total de 47 perfis.

Concluída a Fase 1, através da descrição de cada perfil, a chamada Bio<sup>25</sup>, observamos que alguns perfis se autointitulavam feministas e outros, ainda que relacionados aos perfis feministas, não utilizavam a palavra feminismo(s) ou feminista(s) na descrição, prevalecendo o uso da palavra mulheres. Consideramos este dado um indicador relevante para o tema em linha e estabelecemos um novo agrupamento: 1) perfis que se intitulam feministas (total, 21); e 2) perfis que não utilizam as palavras feminismo(s) ou feminista(s) na sua descrição (total, 26), embora, aparentemente, publiquem conteúdos de cunho feminista, como é o caso das organizações dedicadas a descriminalização do aborto. Posteriormente, ainda de forma manual e analítica, a fim de identificar o *vernacular das plataformas* (Gibbs *et al.*, 2015) analisamos os textos das descrições (Bios) e elaboramos nuvens mentais de palavras-chave para compor agrupamentos que poderiam indicar pautas ou conteúdo feminista. Além das palavras em destaque — feminismo, feminismos, feminista, feministas, mulheres —, observamos grupos relevantes tais como, saúde,

21 Para referir, o ponto de partida do mapeamento foram os perfis @generonumero, @coletivo\_feminista, @portalcatarinas, @milhaspelavidadasmulheres.

22 Além das menções, os chamados *posts* compartilhados e *reposts*.

23 Teoricamente, quanto mais seguidores, mais chances de o perfil ser visto, logo, mais chances de alcance da comunicação feminista e, portanto, maior relevância.

24 Neste mapeamento, há dois perfis de origem e com conteúdo brasileiro, mas com nome em inglês: Me Too Brasil e Girl Power.

25 A Bio tem número de caracteres limitado. Portanto, sua descrição é a principal comunicação a ser transmitida.

saúde sexual, aborto, descriminalização, direitos reprodutivos, direito, tecnologia, direitos humanos, justiça social, equidade e gênero.

Realizado este processo, o mapeamento foi agrupado em 7 *clusters* (Figura 1) conforme segue: 10 perfis atuam sobre Saúde; Direitos Reprodutivos; Aborto, sendo que 2 se identificam como frentes religiosas; 9 se apresentam como Frentes Políticas (justiça, igualdade, direitos humanos); 7 atuam no campo do Jornalismo, Notícias e Informação; e outros 7 se apresentam como Criadores; Agências de Conteúdo, Comunicação; 6 se apresentam como movimentos de Mulheres Negras e/ou acerca de questões raciais e decoloniais; 5 são específicos sobre Tecnologia; 3 referem-se a marchas e redes. Durante este percurso, chamou nossa atenção a ausência de perfis, nomeadamente, intitulados LGBTQIAPN+ e sobre a violência contra as mulheres.

clusters	luta; pauta; identificação	tag feminista	tag mulheres	total
1	Saúde; Direitos Reprodutivos; Aborto	4	6	10
2	Frentes Políticas; Justiça; Igualdade; Direitos Humanos; Gênero	6	3	9
3	Jornalismo; Notícias; Informação	4	3	7
4	Criadores; Agência de Conteúdo; Comunicação	3	4	7
5	Mulheres Negras; Pretas; Raça; Antirracistas; Decoloniais	2	4	6
6	Tecnologia	2	3	5
7	Marchas; Redes; Movimentos	1	2	3
		22	25	47

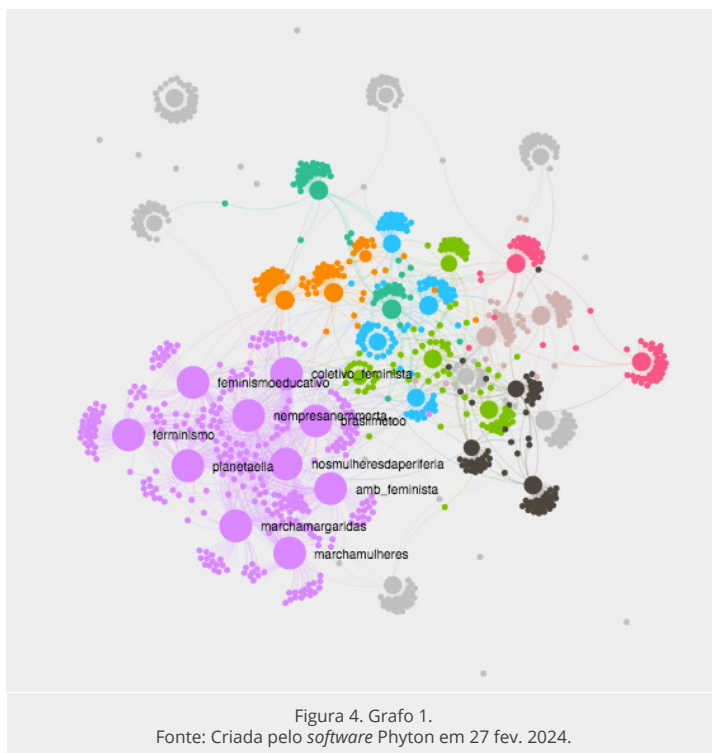
Figura 1. Mapeamento manual 1.  
Fonte: Criado pelas autoras em nov. 2023.

Com o objetivo de sistematizar esta análise<sup>26</sup>, submetemos os arrobas dos 47 perfis a um *script* em Phytton para obter nuvens de palavras. Por meio dessa sistematização, foi possível visualizar e identificar, com mais clareza, o “vernacular das plataformas” conforme Gibbs *et al.* (2015) — uma série de convenções comuns discursivas, estilísticas e visuais. Com este *script*, a sistematização dos textos feministas ou de cunho feminista analisados nas descrições (Bios) corrobora os agrupamentos realizados por prática feminista ou por pautas pelas quais estes perfis ativistas têm se pronunciado e se mobilizado. Nomeamos uma nuvem de palavras com a *tag feminista* (Figura 2), a qual apresenta como destaque as palavras feminismo, feminista, mulheres, direitos, feministas, organização. Outras palavras em destaque são: saúde,

26 Nossos agradecimentos a Tiago Pimentel que realizou os *scripts* em Phytton.



um percurso pelo qual os 47 perfis já estavam relacionados entre si, de forma orgânica (pelos algoritmos) e “não orgânica” (pelos rastros), submetemos os arrobas dos perfis ao *software* Gephi<sup>27</sup>. Por meio desse procedimento, em efeito *bola de neve*, com cerca de 1090 perfis<sup>28</sup>, obtivemos uma imagem do terreno de luta sobre as reivindicações feministas e das mulheres na plataforma digital Instagram, conforme mostrado na Figura 4. Neste grafo, é possível visualizar os perfis mapeados anteriormente e os novos, trazidos e sugeridos pelos algoritmos do Instagram.



O tamanho dos grafos, ou nodos<sup>29</sup>, refere-se às iterações de cada perfil — quanto maior o círculo, maior o número de iterações. As cores dos nodos são aleatórias, mas cada cor corresponde a grupos de um conjunto de atores

27 Nossos agradecimentos a Tiago Pimentel que realizou esta etapa do *software* Gephi.

28 Este número foi gerado pelos algoritmos do próprio Instagram.

29 O nodo é um nó. Utilizamos o termo como na ciência da computação — cada nodo representa um ponto de interconexão com uma estrutura ou rede.

(ou agentes) que possivelmente estabelecem iterações. Dito de outro modo, a cor de cada grupo é aleatória, mas o grupo não. O grupo corresponde a um critério de relação dos atores que compõem este grupo; importante ressaltar, conforme recomendação do Instagram. Como exemplo, os três nodos maiores de cor preta formam um grupo — os ativismos @doctorsforchoicebr, @redefeministadesaude e @evangelicaspelalegalizacao. Coincidentemente ou não, os três referem-se à luta pela descriminalização do aborto no Brasil.

Os círculos de cor lilás em destaque representam o maior grupo e concentram o maior número de iterações, onde observamos alguns dos ativismos mapeados na Fase 1 como @coletivofeminista, @nempresanemmorta, @marchamargaridas, @marchamulheres, @projetovivas, @planetaella, @milhaspelavidadasmulheres. Outros nodos, ainda que em posição central, aparecem em grupos menores e em círculos menores, como @portalcatarinas, em verde, assim como @generonumero, em cinza. Os dados apresentados provêm dos algoritmos do Instagram, mas, é importante observar que esta é uma *imagem instantânea*, uma radiografia; se fosse extraída em outro período, não tão próxima ao 8 de março, Dia Internacional das Mulheres, período que costuma apresentar uma grande mobilização em torno do tema “mulheres”, é possível que obteríamos um resultado diferente.

Diante da diversidade trazida pelo Grafo 1 (Figura 4), observamos que muitos perfis não atendiam aos critérios do recorte. Assim como na Fase 1, procedemos de forma manual e analítica, a fim de refinar os dados do observatório de análise, balizadas pela relação de palavras-chave e demais critérios — excluimos deste mapeamento, os perfis acadêmicos, da mídia *mainstream*, líderes políticos, e indivíduos que não apresentam uma voz plural ou coletiva, entre outros perfis sem referência direta ao tema em linha. Feito este refinamento, chegamos à Fase 3 e, como na fase anterior, submetemos os arrobas dos perfis ativistas selecionados ao *software* Ghepi de forma manual. Como resultado, um novo grafo muito diferente ao anterior (o Grafo 2, Figura 5) com 164 perfis com dois nodos em destaque: o de cor marrom, maior e central, é do perfil acadêmico @fazendo\_genero; o outro, na cor *pink*, é o perfil @causajustaporelaborto, da Colômbia.

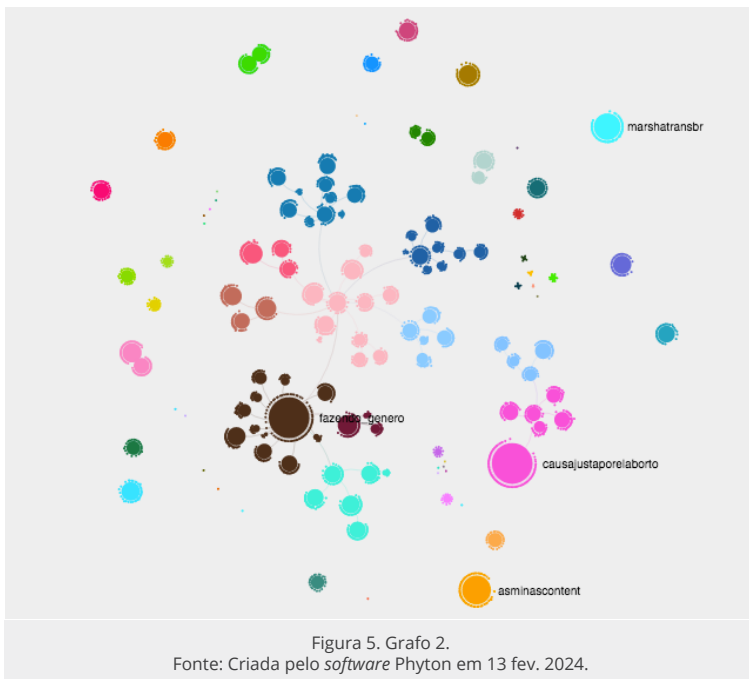


Figura 5. Grafo 2.  
Fonte: Criada pelo *software* Phytion em 13 fev. 2024.

Dado o período em que esta imagem foi extraída (13/03/2024), a nova radiografia nos devolve um cenário onde se configuram outros e novos agrupamentos. Ainda que não possamos aferir, pois trata-se de uma leitura proveniente dos algoritmos do Instagram, o indicador da relevância dos nodos em destaque, neste período, pode estar relacionado à divulgação e às interações promovidas pelo evento Fazendo Gênero. Vale lembrar que este evento promove participações e expressões artísticas e ativistas, além da apresentação de pesquisas e trabalhos de viés acadêmico. Arriscamos dizer que se trata de um cenário onde observamos imbricações entre o campo teórico e a prática feminista. Relacionados diretamente ao Fazendo Gênero, observamos ativismos mapeados na Fase 1, dispostos agora em outra configuração, como @nempresanemmorta, @amb\_feminista e @portalcatarinas em nodos menores; e novos, como @movimentosemterra e @maespeladiversidade. Destacamos ainda os agrupamentos @thinkolga e @coletivofeminista (grupo de cor verde clara); e @evangelicapelalegalizacao, @rededefeministadesaude, @generonumero e @escoladeativismo (grupo de cor salmão).

No segundo grafo, expandimos e identificamos outros perfis ativistas, intitulados feministas ou não, e outras ações coletivas, tais como: de leitura e escrita,

movimentos trans, de lésbicas, expressões e manifestações decoloniais. Como ausências, observamos políticas de cuidado e envelhecimento, e de pessoas com deficiência. Assim, o passo seguinte, e que finaliza este tópico metodológico-descritivo<sup>30</sup>, foi, mais uma vez, proceder de forma manual e analítica para refinar os dados obtidos e excluir todos os perfis que não atendessem aos critérios base e do rol de palavras-chave, e atualizar o agrupamento (Figura 6).

De 7 *clusters* mapeados anteriormente passamos para 11, nomeados por palavras-chave; e de 47 perfis ou ativismos, passamos para 109, assim agrupados: 22 apresentam-se como movimentos de Mulheres Negras, Antirracistas, Decoloniais; 14 atuam sobre Saúde, Direitos Reprodutivos e Aborto (2 se identificam como frentes religiosas); 14 atuam como Frentes Políticas (Justiça, Igualdade, Direitos Humanos, Gênero); 8 são do campo do Jornalismo, Notícias e Informação; 7 apresentam-se como Criadores, Agências de Conteúdo, Comunicação; outros 7 referem-se às Marchas e Redes; 5 são específicos sobre Tecnologia. Os novos *clusters* referem-se a: 11 perfis dedicados à Escrita, Leituras Feministas e de Mulheres e Arte (sendo 2 específicos de mulheres autoras negras, 1 de mulheres indígenas e 1 sobre arte feminista); 9 intitulam-se como sendo do campo de Formação Política, Ativista e Educação; 7 referem-se aos movimentos LGBTQIAPN+; e 6 atuam acerca da Violência de Gênero e em defesa jurídica das mulheres.

clusters	luta; pauta; identificação	tag feminista	tag mulheres	total
1	Mulheres Negras; Pretas; Raça; Antirracistas; Decoloniais	3	19	22
2	Saúde; Direitos Reprodutivos; Aborto	6	8	14
3	Frentes Políticas; Justiça; Igualdade; Direitos Humanos; Gênero	10	4	14
4	Jornalismo; Notícias; Informação	4	4	8
5	Criadores; Agência de Conteúdo; Comunicação	3	4	7
6	Marchas; Redes; Movimentos	2	5	7
7	Tecnologia	3	2	5
8	Escrita; Leituras Feministas e de Mulheres; Arte	5	6	11
9	Formação Política; Ativista; Educação	2	6	8
10	LGBTQIAPN+	0	7	7
11	Violência de gênero; Direitos	4	2	6
		39	67	109

Figura 6. Mapeamento manual 1.2.  
Fonte: Criado pelas autoras em mar. 2024.

30 Ressaltamos que, durante o processo manual e analítico de refinamento de dados do mapeamento, a navegação pelo Instagram sugeriu novos perfis feministas, o que indica que o mapeamento realizado até aqui poderá ser expandido em futuras etapas da pesquisa.

Seguindo o enquadramento do Instagram, uma conta pode ser categorizada como de um indivíduo ou profissional. O perfil profissional possibilita utilizar ferramentas que permitem maior visibilidade para empreender e fazer negócios, sendo o caso da imensa maioria das contas nesta rede. Com o perfil profissional, pode-se escolher entre alguns segmentos de atuação tais como, criador de conteúdo, comunidade, educação, editor/a, escritor/a, produto/serviço ou empreendedor/a. A maioria dos perfis mapeados enquadra-se como criador de conteúdo, comunidade, educação e/ou produto/serviço<sup>31</sup>. Também refinamos os perfis de indivíduos — um ativismo tem sempre uma pessoa proprietária da conta no Instagram, mas a forma como se apresenta na Bio define se é um perfil plural ou de uma só voz. Desta forma, instituições governamentais, como a Organização das Nações Unidas (ONU) no Brasil, perfis de lideranças políticas ou de indivíduos, não foram considerados nesta etapa da pesquisa.

Com o novo agrupamento, foi possível analisar mais detalhadamente o vernacular das plataformas (Gibbs *et al.*, 2015). Além das palavras-chave já mencionadas, *hashtags*, imagens, cores, símbolos e *emojis*, muito utilizados na comunicação das redes, são convenções discursivas e estilísticas, amplamente utilizadas pelos perfis ativistas. Entres estas, destacamos a *hashtag* feminista, os *emojis* de corações de cor verde e lilás, em referência às lutas pela descriminalização do aborto e a cor símbolo do feminismo, respectivamente; o punho em riste, símbolo de luta, resistência, de outras vagas, e, também, de outros ativismos; os *emojis* de mulheres negras e ninjas. As cores verde e lilás também podem ser notadas nos avatares (foto de identificação do perfil). Também é interessante observar os nomes dos perfis, em referência a mulheres históricas, feministas, revolucionárias ou não; em destaque Olga, Olga Benário, Catarinas, Maria, alusão à Frida Kahlo, Eva; e termos afetivos como pretas, minas; termos coletivos como *somos*, *nós*, *jun-tas*, por exemplo (Figura 7).

31 Durante o processo analítico, observamos apenas dois perfis com as palavras empreendedor e empreendedorismo: @girlsrevolution e @paginaspretas. Considerando que essas expressões não apareceram no rol de palavras-chave, não as selecionamos para este mapeamento.



Figura 7. Prints de imagens — avatares e textos — de alguns perfis mapeados.  
Fonte: Criada pelas autoras em 13 abr. 2024.

Embora não tenha sido nosso objetivo analisar, detalhadamente, os conteúdos publicados por estes perfis, observamos que muitos deles, em especial os mencionados ao longo deste artigo, têm trabalhado, pode-se dizer diariamente, em uma linguagem visual e textual didática, objetiva e esclarecedora, e interseccional, por causas como combate à violência física ou psicológica que assola a vida mulheres, o racismo socioambiental, saúde e direitos das mulheres, e ainda, no combate de *fake news*, sobretudo acerca do aborto.

Concluímos este tópico afirmando que esta etapa preliminar não permite afirmar se o feminismo se desfaz ou se refaz na internet, mas é possível, através de suas interações e iterações, observar três eixos de análise interligados: tecnologia, comunicação e pautas feministas e/ou de mulheres. No tópico seguinte, iremos versar sobre como eles dialogam com a proposta deste artigo.

### Teoria e prática conectadas: afetos & resistências feministas

Cientes de que os perfis ativistas estão localizados em uma estrutura de poder dos grandes conglomerados empresariais, regulados pelos governos

e, portanto, pelos enquadramentos que lhes são permitidos, como o Instagram, ainda que não seja possível responder de forma conclusiva às problemáticas do tema em linha, é possível depreender desse levantamento, a presença e as articulações feministas na rede social analisada. Deste modo, prosseguimos com nossa reflexão a partir de três eixos relacionados.

O primeiro, e talvez mais evidente, refere-se ao uso da tecnologia — área que tem sido, senão negada, restrita às mulheres, da escrita aos meios de transporte, da ciência à produção de conhecimento. Ainda que seja do interesse das grandes corporações da internet que um número maior de pessoas circulem, utilizem e alimentem suas redes, para conquistar atenção, para transmitir discursos alternativos, e aumentar as oportunidades de realizar mudanças sociais e políticas, é necessário adaptar-se à linguagem da mídia, aos formatos de interação nas redes de comunicação e, de certa forma, isto é mesmo visível no mapeamento que realizamos. Neste sentido, o uso da tecnologia comunicacional pelos ativismos materializa-se como um dispositivo de atuação política e de resistência no qual coexistem modelos híbridos de empreendimentos feministas ou em nome dos feminismos; é o caso de ONGs, pequenas empresas de apoio à saúde, suporte jurídico contra a violência ou pela equidade de gênero, e jornalismo independente. Algumas delas incorporam campanhas de relevância política e social ao atuarem como veículos de informação, combate à desinformação e contestação; outras, no entanto, podem promover ideias ou produtos para o *autoempoderamento* em um espectro de apropriação neoliberal das pautas feministas.

Destarte, como Kannengieber (2020) argumenta<sup>32</sup>, as mulheres e suas organizações sempre usaram de estruturas comunicacionais para alimentar suas redes — das cartas ao telefone, do telégrafo ao fax — principalmente, quando os meios tradicionais de comunicação de massa recusam ou ignoram informar sobre certas questões. Nas plataformas digitais, mulheres e suas organizações têm autonomia para publicar o que a grande mídia rejeita. Para a autora, as redes da estrutura online de organizações de mulheres (sem referir às feministas) se apresentam por movimentos específicos ou campanhas. Alguns desses movimentos permanecem, outros desaparecem, funciona para *networking*, mas também para criar [e disseminar] conteúdo online.

O segundo eixo está relacionado ao primeiro, pois, embora se faça uso da tecnologia, não é esta que constitui as pautas e articulações. Deste modo,

32 Ver também Mendes; Dikwal-Bot (2020).

seria melhor dizer que *os ativismos não são digitais*; eles se conectam, estabelecem iterações, e imbricações mediante fluxos comunicacionais digitais. Embora o envolvimento feminista, com e através dos ativismos nas redes sociais, implique em novas lutas/pautas como a que tem se colocado sobre os usos e a regulação da internet, ele decorre de *respostas feministas* às materialidades socioculturais provenientes da tecnologia, mas *não determinada por ela*. Ativismos como @mariadajuda\_org e @marialab\_org, por exemplo, propõem-se a atuar como “linha de ajuda em segurança digital [...] voltada às mulheres, pessoas trans, LGBTQIAPN+ e organizações latino-americanas”, e “promover um pensamento interseccional no desenho de tecnologias”, respectivamente. Estas novas pautas são respostas feministas aos algoritmos racistas e sexistas das *big techs*, e também à violência e misoginia presentes nas redes digitais. Conforme Mendes, Ringrose e Keller (2019, p. 7, tradução nossa), “o feminismo digital não deve ser entendido apenas por meio de artefatos digitais, mas por meio de processos sociais e culturais e seu entrelaçamento com tecnologias”.

O terceiro eixo decorre dos agrupamentos nos quais observamos pautas que denotam uma gramática feminista, ou como analisamos *formas de fazer feminismo sem se autointitular feminista* — como a da luta pela legalização e descriminalização do aborto, que permanece desde outras vagas. Parte destes ativismos intitulam-se feministas (6); os demais (9), não. Através da rede social Instagram, estes, têm se manifestado com mais frontalidade, pois é possível compartilhar informações, fazer denúncias e mesmo oferecer suporte, transpondo localizações geográficas às mulheres que desejarem fazer o procedimento dentro da lei brasileira. No mapeamento da Fase 3 (Figura 6), dos 109 ativismos, apenas 39 expressam as palavras feminista(s) e feminismo(s) por meio dos arrobas, *hashtags* ou no texto da descrição, a Bio. No agrupamento intitulado Mulheres Negras, dos 22 ativismos, apenas três perfis intitulam-se feministas. No *cluster* LGBTQIAPN+, nenhum dos 7 perfis utiliza a palavra feminismo ou suas variantes — o que pode significar muitas coisas, mas nos parece, em princípio, expressar outra gramática que busca romper com a carga universalizante da razão feminista do Norte Global.

## Considerações finais

Os ativismos feministas nas redes estão *hackeando* o patriarcado? Embora ainda não seja possível responder de forma conclusiva a essa questão, o mapa dos ativismos feministas nas redes, desenhado por esta etapa inicial,

nos dá indícios radiográficos sobre como as pautas feministas têm se mostrado e articulado. O percurso metodológico no ambiente digital forneceu subsídios sobre a estrutura comunicacional de alguns ativismos feministas e de mulheres, e permitiu vislumbrar todo seu potencial (mas também fragilidades) à medida que eles manifestam e expressam diferentes práticas, saberes e experiências do *fazer feminismo*. Mesmo com os enquadramentos do Instagram, estes ativismos têm disseminado e expressado sua oposição ao poder hegemônico, articulado e movimentado o maior número possível de mulheres nas suas lutas, e reagido ao *backlash* ou aos movimentos neoconservadores. Como exemplo mais recente, a resposta dos ativismos ao PL 1904<sup>33</sup> nas redes sociais, e sobretudo, nas ruas<sup>34</sup>.

Como Baer (2016) também analisa em seu texto, os ativismos feministas e de mulheres que examinamos aqui não se resumem a narrativas de progresso social ou emancipação; “eles podem ser compreendidos como ações políticas que têm tornado visíveis tendências universalizantes que ocluem a diferença” (Baer, 2016, p. 29, tradução nossa); têm chamado a atenção para experiências pessoais e respondido às estruturas neoliberais que buscam se apropriar, ou reduzir, as conquistas feministas. Os feminismos em redes digitais lançam as bases para o restabelecimento de uma sociedade coletiva política feminista. Logo, *hackear* o patriarcado é, ou pode ser lido, por ora, como expandir o fluxo da comunicação da gramática feminista. Este é, ou seria, o refazer o feminismo.

**Kareen Regina Terenzzo** é doutoranda no programa de pós-graduação pela UFABC. É graduada em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP); mestra em Comunicação pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e especialização em Estudos Feministas pela Universidade de Coimbra.

terenzzokareen@gmail.com

33 De autoria de Sóstenes Cavalcante, “o Projeto de Lei 1904/24 equipara o aborto realizado após 22 semanas de gestação ao crime de homicídio simples, inclusive nos casos de gravidez resultante de estupro”. Disponível em <https://shorturl.at/YQKlh>. Acesso em: 11 ago. 2024.

34 As manifestações contra o PL 1904/24 nas ruas ocorreram nas principais capitais do país; em São Paulo foram três atos. Disponível em <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2024/06/23/mulheres-vaio-as-ruas-pelo-fim-do-pl-antiaborto-e-queimam-boneco-de-lira.htm>. Acesso em: 11 ago. 2024.

**Bruna Mendes de Vasconcellos** é professora na Universidade Federal do ABC (UFABC) e Coordenadora do Núcleo de Estudos de Gênero Esperança Garcia (NEG/UFABC). Professora permanente do Programa de pós-graduação em ciências humanas e sociais da UFABC. Doutora e Mestra em Política Científica e Tecnológica pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

bruna.mendes@ufabc.edu.br

**Contribuições de cada autor:** Kareen Terenzo realizou a escrita, fundamentação teórica, conceituação do projeto, desenvolvimento da metodologia, curadoria de dados, investigação de campo, e análise do *corpus*. Bruna Mendes foi responsável pela supervisão do projeto de pesquisa, contribuiu na estruturação do texto e na revisão das diferentes versões do texto.

## Referências

BAER, Hester. Redoing feminism: digital activism, body politics, and neoliberalism. **Feminist Media Studies**, v. 16, n. 1, p. 17-34, 2016.

BANET-WEISER, Sarah. **Empowered**: Popular Feminism and Popular Misogyny. Durham: Duke University Press, 2018.

BANET-WEISER, Sarah; GILL, Rosalind; ROTTENBERG, Catherine. Postfeminism, Popular Feminism and Neoliberal Feminism? Sarah Banet-Weiser, Rosalind Gill and Catherine Rottenberg in conversation. **Feminist Theory**. City Research online v. 21, n. 1, p. 3-24, 2019.

BENNETT, W. Lance; SEGERBERG, Alexandra. The Logic of Connective Action: Digital media and the personalization of contentious politics. **Information, Communication & Society**, v. 15, n. 5, p. 739-768, 2012.

BUDGEON, Shelley. The Contradictions of Successful Femininity: Third Wave Feminism, Post-Feminism and 'New' Femininities. GILL, Rosalind; SCHARFF, Christina (org.). **New femininities**. Postfeminism, Neoliberalism and Subjectivity. London: Palgrave Macmillan, p. 279-292, 2011.

FALUDI, Susan. **Backlash**: The Undeclared War against American Women. London: Chatto & Windus Ltd, 1991.

FARRIS, Sara; ROTTENBERG, Catherine. Introduction: Righting Feminism. **New formations**: a journal of culture/theory/politics Lawrence & Wishart, v. 91, p. 5-15, 2017. Disponível em: <https://muse.jhu.edu/article/671947/pdf>. Acesso em: 4 set. 2024.

GIBBS, Martin; MEESE, James; ARNOLD, Michael; NANSEN, Bjorn; CARTER, Marcus. #Funeral and Instagram: Death, Social Media, and Platform Vernacular. **Information, Communica-**

**tion & Society**, v. 18, n. 3, p. 255-268, 2015.

GILL, Rosalind. Postfeminist media culture: Elements of a sensibility. **European Journal of Cultural Studies**, v. 10, n. 2, p. 147-166, 2007. Disponível em: <https://oro.open.ac.uk/9508/>  
Acesso em: 4 set. 2024.

KANNENGIEBER, Sigrid. Online Women's Networks. **Wiley Online Library**. 08 July 2020. Disponível em <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/9781119429128.iegmc027>. Acesso em: 4 set. 2024.

LEATHERBY, Gayle. **Feminist Research in Theory and Practice**. Buckingham: Open University Press, 2003.

MCROBBIE, Angela. **The Aftermath of Feminism Gender, Culture and Social Change**. London: SAGE Publications, 2009.

MENDES, Kaitlynn; DIKWAL-BOT, Diretnan. Feminist Media Activism. **Wiley Online Library**, 08 July 2020. Disponível em <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119429128.iegmc066>. Acesso em: 4 set. 2024.

MENDES, Kaitlynn; RINGROSE, Jessica; KELLER, Jessalynn. **Digital Feminist Activism: Girls and Women Fight Back Against Rape Culture**. Oxford Scholarship Online: February 2019. Disponível em <https://academic.oup.com/book/5871>. Acesso em: 4 set. 2024.

MIÑOSO, Yurdekis Espinosa. Hacer genealogía de la experiencia: el método hacia una crítica a la colonialidad de la Razón feminista desde la experiencia histórica en América Latina. **Revista Direito e Práxis**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 03, p. 2007-2032, 2019.

MISKOLCI, Richard. Exorcizando um fantasma: os interesses por trás do combate à "ideologia de gênero". **Cadernos Pagu**, n. 53, 2018.

Artigo recebido em 16/04/2024 e aprovado em 02/09/2024.



**Disponível em:**

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399682346020>

Como citar este artigo

Número completo

Mais informações do artigo

Site da revista em [redalyc.org](http://redalyc.org)

Sistema de Informação Científica Redalyc  
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe,  
Espanha e Portugal  
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no  
âmbito da iniciativa acesso aberto

Kareen Regina Terenzo, Bruna Mendes de Vasconcellos  
**Redes [digitais] feministas e de mulheres: hackeando o patriarcado?1**  
**Feminist [digital] networks: hacking patriarchy?**

*Galáxia (São Paulo)*

vol. 49, núm. 1, e66277, 2024

Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e  
Semiótica - PUC-SP,

**ISSN-E:** 1982-2553

**DOI:** <https://doi.org/10.1590/1982-2553202466277>