

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS

Gabriela Michelan de Toni

**EMPODERAMENTO FEMININO E A LÓGICA DA
BRANQUITUDE EM INFLUENCIADORAS DIGITAIS
NO INSTAGRAM**

SÃO CARLOS -SP
2025

Gabriela Michelan de Toni

EMPODERAMENTO FEMININO E A LÓGICA DA BRANQUITUDE EM INFLUENCIADORAS
DIGITAIS NO INSTAGRAM.

Dissertação de mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Educação, da
Universidade Federal de São Carlos, para a
defesa do trabalho.

Orientadora: Andrea Braga Moruzzi

São Carlos - SP
2025

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS

Centro de de Educação e Ciências Humanas
Programa de Pós-Graduação em Educação

Folha de aprovação.

Assinatura dos membros da comissão examinadora que avaliou e aprovou a Defesa de Mestrado da candidata Gabriela Michelan de Toni, realizada em 19/02/2025:

Profa. Dra. Andrea Braga Moruzzi
Universidade Federal de São Carlos

Profa. Dra. Cristina Teodoro
Universidade da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira

Prof. Dr. Alan Victor Pimenta de Almeida Pales Costa
Universidade Federal de São Carlos

Profa. Dra. Tatiane Cosentino Rodrigues
Universidade Federal de São Carlos

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, agradeço à minha orientadora, Andrea, que está ao meu lado desde os primeiros anos da graduação. Sua paixão pelo universo científico, atenção, incentivo e até mesmo os puxões de orelha foram fundamentais para a minha formação acadêmica e para a concretização desta pesquisa. A parceria construída ao longo desses anos foi — e continuará sendo — uma luz para o meu fazer científico. O acolhimento de Andrea me faz sentir que sempre terei um lugar reservado para novos projetos, descobertas e aprendizados.

Agradeço à minha mãe, Florinda, minha maior incentivadora. Seu apoio incondicional, desde os primeiros anos de estudo até a conclusão deste mestrado, foi a base sobre a qual construí minha trajetória. Seu exemplo de força, coragem e generosidade é, sem dúvida, o que me move.

Por fim, ao meu marido, Pedro, agradeço por todo o suporte, paciência e carinho. Sua presença me proporcionou a tranquilidade necessária para que eu pudesse me dedicar a esta pesquisa com foco e entrega. Obrigada por acreditar em mim, mesmo quando eu mesma duvidava.

A todos vocês, minha mais sincera gratidão. Este trabalho também é parte de cada um de vocês.

RESUMO

Este trabalho surge de questionamentos provocados a partir da maneira como os discursos envolvendo a temática do empoderamento feminino têm sido apresentados em mídias sociais digitais. Nota-se uma dinâmica de veiculação de imagens do corpo feminino associadas à pautas e discussões do movimento feminista. A problemática desse contexto ocorre uma vez que uma parcela considerável dos registros imagéticos apresentam corpos de mulheres que se enquadram em um padrão estético hegemônico branco e dispõe de um caráter hipersensualizado. Assim, essa pesquisa visa analisar a maneira pela qual a ideia de empoderamento feminino e elementos associados a esse conceito são apresentados no Instagram através dos perfis de duas influenciadoras digitais. São analisados os perfis de Marcela McGowan e Thelma Assis. Marcela (@marcelamcgowan) é médica, apresentadora e influenciadora digital e Thelma (@thelminha) médica, bailarina, apresentadora, youtuber e influenciadora digital. Uma das principais hipóteses é a de que a exposição da temática “empoderamento feminino” bem como, dos elementos associados a esse conceito, estão inseridos em um contexto que valoriza e difunde aspectos provenientes da ideologia e da cultura branca, aqui tomados pela ideia de branquitude. Como resultados preliminares é possível sinalizar que o Instagram é uma plataforma dotada de um conjunto de práticas e estruturas comunicativas através das quais influencia e molda a formação de subjetividades dos indivíduos, dispondo de um papel pedagógico. Já no que se trata da veiculação da ideia de empoderamento feminino associada à perspectiva da branquitude, foi possível diagnosticar até o momento, uma diversidade de entendimentos os quais requerem uma abordagem capaz de interpretar e assimilar as especificidades vivenciadas por cada grupo de mulheres.

Palavras-chave: Empoderamento Feminino. Branquitude. Influenciadoras Digitais.

ABSTRACT

This work arises from questions raised by the way in which discourses involving the theme of female empowerment have been presented on digital social media. There is a dynamic in the dissemination of images of the female body associated with the agendas and discussions of the feminist movement. The problem in this context occurs because a considerable portion of the images present women's bodies that fit into a white hegemonic aesthetic standard and have a hypersensualized character. Thus, this research aims to analyze the way in which the idea of female empowerment and elements associated with this concept are presented on Instagram through the profiles of two digital influencers. For this, the profiles of Marcela McGowan (@marcelamcgowan) and Thelma Assis (@thelminha) are analyzed. Marcela (@marcelamcgowan) is a doctor, presenter, and digital influencer, while Thelma (@thelminha) is a doctor, dancer, presenter, YouTuber, and digital influencer. One of the main hypotheses is that the portrayal of the theme of "female empowerment," along with the elements associated with this concept, is situated within a context that values and disseminates aspects derived from white ideology and culture, here understood through the concept of whiteness. Preliminary results suggest that Instagram is a platform endowed with a set of practices and communicative structures through which it influences and shapes the formation of individual subjectivities, assuming a pedagogical role. As for the dissemination of the idea of female empowerment associated with the perspective of whiteness, a diversity of interpretations has been diagnosed so far, requiring an approach capable of interpreting and assimilating the specific experiences of each group of women.

Keywords: Female Empowerment. Whiteness. Digital Influencers.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Imagem do Instagram de Marcela - 478 mil curtidas	39
Figura 2 - Imagem do Instagram de Marcela - 484 mil curtidas.....	39
Figura 3 - Imagem do Instagram de Marcela - 492 mil curtidas.....	40
Figura 4 - Imagem do Instagram de Marcela - 512 mil curtidas.....	40
Figura 5 - Imagem retirada do Instagram de Marcela - 592 mil curtidas.....	41
Figura 6 - Imagem do Instagram de Marcela - 674 mil curtidas.....	41
Figura 7 - Imagem do Instagram de Marcela -709 mil curtidas.....	42
Figura 8 - Imagem do Instagram de Marcela - 731 mil curtidas.....	42
Figura 9 - Imagem do Instagram de Marcela - 772 mil curtidas.....	43
Figura 10 - Imagem do Instagram de Marcela - 861 mil curtidas.....	43
Figura 11 - Imagem do Instagram de Thelma - 626 mil curtidas.....	45
Figura 12 - Imagem do Instagram de Thelma - 651 mil curtidas.....	45
Figura 13 - Imagem do Instagram de Thelma - 661 mil curtidas.....	46
Figura 14 - Imagem do Instagram de Thelma - 661 mil curtidas.....	46
Figura 15 - Imagem do Instagram de Thelma - 708 mil curtidas.....	47
Figura 16 - Imagem do Instagram de Thelma - 822 mil curtidas.....	47
Figura 17 - Imagem do Instagram de Thelma - 945 mil curtidas.....	48
Figura 18 - Imagem do Instagram de Thelma - 1 milhão de curtidas.....	48
Figura 19 - Imagem do Instagram de Thelma - 1 milhão e 134 mil curtidas.....	49
Figura 20 - Imagem do Instagram de Thelma - 2 milhões 354 mil curtidas.....	49
Figura 10 - Imagem do Instagram de Marcela.....	52
Figura 5 - Imagem do Instagram de Marcela.....	53
Figura 4 - Imagem do Instagram de Marcela.....	53
Figura 21 - Imagem do Instagram de Marcela.....	54
Figura 22 - Imagem do Instagram de Marcela.....	54
Figura 23 - Imagem do Instagram de Marcela.....	55
Figura 24 - Imagem do Instagram de Marcela.....	55
Figura 25 - Imagem do Instagram de Marcela.....	56
Figura 26 - Imagem do Instagram de Marcela.....	56
Figura 27 - Imagem do Instagram de Marcela.....	57
Figura 28 - Imagem do Instagram de Marcela.....	57

Figura 29 - Imagem do Instagram de Marcela.....	58
Figura 6 - Imagem do Instagram de Marcela.....	58
Figura 30 - Imagem do Instagram de Marcela.....	59
Figura 31 - Imagem do Instagram de Marcela.....	59
Figura 32 - Imagem do Instagram de Marcela.....	60
Figura 33 - Imagem do Instagram de Marcela.....	60
Figura 34 - Imagem do Instagram de Marcela.....	61
Figura 35 - Imagem do Instagram de Marcela.....	61
Figura 36 - Imagem do Instagram de Marcela.....	62
Figura 37 - Imagem do Instagram de Marcela.....	62
Figura 9 - Imagem do Instagram de Marcela.....	63
Figura 38 - Imagem do Instagram de Marcela.....	63
Figura 39 - Imagem do Instagram de Marcela.....	64
Figura 40 - Imagem do Instagram de Marcela.....	64
Figura 41 - Imagem do Instagram de Marcela.....	65
Figura 42 - Imagem do Instagram de Marcela.....	65
Figura 43 - Imagem do Instagram de Marcela.....	66
Figura 44 - Imagem do Instagram de Marcela.....	66
Figura 45 - Imagem do Instagram de Marcela.....	67
Figura 46 - Imagem do Instagram de Marcela.....	67
Figura 47 - Imagem do Instagram de Marcela.....	68
Figura 48 - Imagem do Instagram de Marcela.....	68
Figura 49 - Imagem do Instagram de Marcela.....	69
Figura 50 - Imagem do Instagram de Marcela.....	69
Figura 51 - Imagem do Instagram de Marcela.....	70
Figura 52 - Imagem do Instagram de Marcela.....	70
Figura 53 - Imagem do Instagram de Marcela.....	71
Figura 54 - Imagem do Instagram de Marcela.....	71
Figura 55 - Imagem do Instagram de Marcela.....	72
Figura 56 - Imagem do Instagram de Marcela.....	72
Figura 57 - Imagem do Instagram de Marcela.....	73
Figura 58 - Imagem do Instagram de Marcela.....	73
Figura 59 - Imagem do Instagram de Marcela.....	74

Figura 60 - Imagem do Instagram de Marcela.....	74
Figura 20 - Imagem do Instagram de Thelma.....	75
Figura 11 - Imagem do Instagram de Thelma.....	75
Figura 14 - Imagem do Instagram de Thelma.....	76
Figura 61 - Imagem do Instagram de Thelma.....	76
Figura 62 - Imagem do Instagram de Thelma.....	77
Figura 63 - Imagem do Instagram de Thelma.....	77
Figura 64 - Imagem do Instagram de Thelma.....	78
Figura 65 - Imagem do Instagram de Thelma.....	78
Figura 66 - Imagem do Instagram de Thelma.....	79
Figura 67 - Imagem do Instagram de Thelma.....	79
Figura 68 - Imagem do Instagram de Thelma.....	80
Figura 69 - Imagem do Instagram de Thelma.....	80
Figura 70 - Imagem do Instagram de Thelma.....	81
Figura 71 - Imagem do Instagram de Thelma.....	81
Figura 72 - Imagem do Instagram de Thelma.....	82
Figura 73 - Imagem do Instagram de Thelma.....	82
Figura 74 - Imagem do Instagram de Thelma.....	83
Figura 75 - Imagem do Instagram de Thelma.....	83
Figura 76 - Imagem do Instagram de Thelma.....	84
Figura 77 - Imagem do Instagram de Thelma.....	84
Figura 78 - Imagem do Instagram de Thelma.....	85
Figura 79 - Imagem do Instagram de Thelma.....	85
Figura 80 - Imagem do Instagram de Thelma.....	86
Figura 81 - Imagem do Instagram de Thelma.....	86
Figura 82 - Imagem do Instagram de Thelma.....	87
Figura 83 - Imagem do Instagram de Thelma.....	87
Figura 84 - Imagem do Instagram de Thelma.....	88
Figura 85 - Imagem do Instagram de Thelma.....	88

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Categorização das postagens encontradas no perfil de Marcela McGowan (@marcelamcgowan).....	37
Tabela 2 - Categorização das postagens encontradas no perfil de Thelma Assis (@thelminha).....	44

SUMÁRIO

1. Introdução	13
2. SEÇÃO I - Empoderamento e Branquitude	18
3. SEÇÃO II - Alinhamentos metodológicos	28
4. SEÇÃO III - Influenciadoras digitais e as expressões de empoderamento e da branquitude: resultados preliminares	33
4.1 Influenciadores digitais	33
4.2. Análise inicial das imagens	37
4.3 Empoderamento e branquitude: postagens de Marcela e de Thelma	52
4.4 O perfil de Marcela	89
4.5 O perfil de Thelma	97
5. Considerações finais	103
REFERÊNCIAS	107

1. Introdução

A fim de examinar a forma pela qual a ideia de empoderamento feminino é discutida no meio digital e se, de alguma maneira, ela se entrelaça com a lógica da branquitude, essa pesquisa se volta para a análise da plataforma do Instagram a partir das publicações de influenciadoras digitais. Para situar as circunstâncias que me conduziram a esse tema, retomo o início de minha graduação, quando cursei uma disciplina sobre Educação Infantil que situava a infância como construção social em uma perspectiva sociológica. A partir dos debates alavancados ao longo das aulas, entrei em contato com problematizações que transpassam a área da infância e da Educação Infantil e comecei a me aprofundar no estudo das questões de gênero em intersecção com a infância.

Tive a oportunidade de desenvolver uma pesquisa de iniciação científica (IC), cuja finalidade era analisar o modelo de educação direcionado para as meninas, acreditando-se ter como base os padrões de feminilidade difundidos socialmente. A pesquisa de IC, de cunho bibliográfico, foi realizada a partir da convergência dos estudos de gênero e sexualidade com estudos da sociologia da infância. Os objetos de análise foram três obras literárias de ampla veiculação e fácil acesso: *As Meninas Exemplares* por Condessa de Ségur, *As Meninas* por Lygia Fagundes Telles e *O Maravilhoso Livro das Meninas* por Rosemary Davidson e Sarah Vine. A partir do conteúdo presente nos exemplares foi possível categorizar e discutir aspectos presentes na educação de meninas, o que se entende por ser menina e o que é ser feminina. Como resultado, destacou-se que, diante do modelo de feminilidade difundido socialmente, a conduta considerada correta e aceitável para meninas está pautada em comportamentos maternos, gentis, bondosos, carinhosos, pacientes, amorosos, submissos e dóceis.

Os dados obtidos nessa pesquisa de IC apontaram que o modelo de educação e de feminilidade em pauta estavam inscritos no contexto da sociedade burguesa, patriarcal e branca, ou seja, um cenário que salienta e reforça aspectos da estética e da ideologia branca, instituindo essa condição como padrão hegemônico. Dessa forma, o exame em torno da branquitude que no decorrer da pesquisa de iniciação científica parecia se apresentar como uma “ponta solta”, se tornou crucial para dar continuidade à trajetória de estudos aqui relatada.

O empoderamento feminino surgiu como uma pauta, inicialmente em discussões realizadas por mulheres não brancas para debater demandas que giravam em torno de sua existência e sobrevivência, bem como as condições de opressão e marginalização enfrentadas por elas.

Atualmente, os discursos presentes nas redes sociais de caráter feminista, em especial, os que se voltam para o empoderamento feminino, se manifestam como estratégias de resistência as imposições sociais acerca de quais devem ser os comportamentos e papéis sociais exercidos por mulheres. Porém, esse debate tem sido acompanhado, entre outras formas, pela exposição do corpo feminino branco e padronizado em contexto de hipersensualização e objetificação, ou seja, em um processo de apropriação da ideia de empoderamento, que tomamos por hipótese, seja capaz de esvaziar a potência de seu significado. Dessa forma, essa pesquisa se volta para a análise e debate desse processo a partir do conteúdo presente em postagens realizadas por criadoras de conteúdos digitais no Instagram. O objetivo geral é analisar a maneira pela qual a ideia de empoderamento feminino e elementos associados a esse conceito são apresentados na rede social Instagram. Para isso, serão analisadas as postagens provenientes dos perfis de duas influenciadoras: Thelma de Assis e Marcela McGowan. Tomamos como objetivos específicos:

- Destacar, classificar e examinar a variedade de percepções acerca do que vem a ser o empoderamento e quais recursos imagéticos acompanham esse debate;
- Averiguar se a expressão do empoderamento feminino está associada a lógica da branquitude;
- Examinar as condições sobre o uso do corpo feminino, da sensualidade e do prazer na finalidade de compreender como essas questões se relacionam com a discussão de empoderamento;
- Analisar o conteúdo presente na rede social com temática de empoderamento a partir do referencial teórico feminista que debate empoderamento;

Se a finalidade inicial do conceito de empoderamento feminino era a de discutir o processo de emancipação de grupos oprimidos, cujas condições de classe, raça, etnicidade e gênero atuavam de modo a situá-los em posição de desvantagem na hierarquia social, qual foi o caminho percorrido para que a questão étnico-racial se tornasse invisível nesse mesmo contorno que se apresenta sobre empoderamento? Como o empoderamento é compreendido e discutido no Instagram? Em quais circunstâncias esse debate é levantado? Quais as dinâmicas relacionadas ao uso da ideia de empoderamento? O discurso de empoderamento é atravessado por dinâmicas de objetificação e sexualização do corpo feminino? A princípio, essas foram algumas das indagações que alavancaram o desenvolvimento dessa pesquisa.

O trabalho aqui apresentado está dividido em três capítulos, intitulados como seções. A primeira seção tem como finalidade apresentar a discussão teórica a respeito dos dois conceitos centrais presentes nessa pesquisa: Empoderamento e Branquitude. A discussão se inicia a partir do conceito de empoderamento. São utilizadas duas obras centrais para o debate. A primeira foi lançada em 2018 pela arquiteta e urbanista Joice Berth, intitulada *O que é Empoderamento?* cuja finalidade central é discorrer acerca desse conceito.

Berth (2018) elucida autores como Hannah Arendt, Michel Foucault, Patricia Hills Collins, Julian Rappaport, Paulo Freire, Rute Baquero, Barbara Bryant Solomon, entre outros. Com base na análise de Joice Berth, é possível assinalar o primeiro aspecto central adotado nessa pesquisa sobre o que vem a ser o empoderamento: trata-se de um processo de cunho individual e coletivo que visa promover ferramentas para que grupos de indivíduos situados em posição de desvantagem social sejam capazes de atuar diante de questões que impactam diretamente suas vidas, tornando-se protagonistas de suas histórias. Assim, o empoderamento deve necessariamente repercutir em uma mudança social. O empoderamento feminino é um conceito que surge a partir de problematizações alavancadas na vertente do feminismo negro para discutir questões referentes à sobrevivência e existência de mulheres negras. A inquietação que desencadeou o desenvolvimento dessa pesquisa reside na percepção de que a ideia de empoderamento tem se esvaziado no contexto midiático, sendo apresentado de maneira distante e desvinculado de suas bases teóricas e políticas.

A outra análise utilizada para a discussão desse conceito é o estudo de Srilatha Batliwala: *The Meaning of Women's Empowerment: New Concepts from Action* (1994). O estudo de Batliwala contribui para a compreensão de que essa pesquisa atribui ao empoderamento situando os aspectos que tangenciam o acúmulo de poder. Para a autora, trata-se do controle sobre os bens materiais (aspectos físicos, humanos ou financeiros, como as propriedades, a água, as florestas, o corpo dos indivíduos, a força de trabalho, o dinheiro e o acesso a esse bem) os recursos intelectuais (conhecimento, informação e ideias) e a ideologia (capacidade de se produzir, disseminar e institucionalizar determinadas crenças, valores e comportamentos). Assim como Berth (2018), Batliwala (1994) também compreende o empoderamento como um processo. Batliwala situa essa ação como o ato de desafiar as relações de poder existentes e ganhar maior controle sobre os recursos materiais, intelectuais e ideológicos.

A questão da branquitude surge ao se observar uma dinâmica em ascensão nas mídias sociais digitais a qual vincula e hiper exposição do corpo feminino de maneira sensualizada

como uma forma de exercício do feminismo, associando essa manifestação com a ideia de empoderamento, assim como é apontado por Ingrid Gerolimich (2020). Para discutir esse conceito, essa pesquisa utiliza como base os estudos de Cida Bento, Lourenço Cardoso e Tânia M. P. Müller, Priscila Elisabete da Silva e Jorge Hilton de Assis Miranda.

Cida Bento, em sua obra *O Pacto da Branquitude* (2022), analisa como a branquitude se consolidou durante a colonização europeia, criando uma identidade branca que é contemplada por privilégios raciais e econômicos. Bento também discute o conceito de capitalismo racial, em que a exploração do trabalho é interligada a lógicas de raça, etnia e gênero.

Seguindo uma linha bastante próxima dos estudos de Bento, Lourenço Cardoso e Tânia M. P. Müller, organizadores da obra: *Branquitude: estudos sobre a identidade branca no Brasil* (2017), exploram a identidade branca como uma categoria racial que oferece privilégios simbólicos e materiais, muitas vezes invisíveis para os próprios brancos.

Priscila Elisabete da Silva (2017) compreende que branquitude é uma construção ideológica capaz de receber as influências do período sócio-histórico no qual está inserida. Essa dinâmica culmina em uma posição de vantagem nas hierarquias sociais para pessoas brancas e sua base reside na distribuição desigual de poder social, econômico e político. Assim, a branquitude diz respeito a uma posição de privilégio, poder e normatividade associada à identidade racial branca.

Jorge Hilton de Assis Miranda (2017) aborda a questão semântica da invisibilidade e neutralidade na branquitude, apontando que a falta de autocrítica e consciência sobre privilégios resulta em uma acomodação passiva ou omissão intencional. Miranda também destaca que a branquitude é mantida por um habitus racial, um sistema internalizado de percepções e comportamentos que perpetuam privilégios para pessoas brancas. Em suma, os autores discutem como a branquitude se manifesta e é reproduzida na sociedade brasileira, questionando as estruturas de poder e as representações sociais que beneficiam indivíduos brancos em detrimento dos não-brancos. A primeira seção busca alinhar esses debates de forma mais aprofundada.

A segunda seção contempla os alinhamentos metodológicos deste trabalho, assim, são percorridas as etapas para a produção desta pesquisa e é apresentada tanto a plataforma Instagram, quanto as duas influenciadoras digitais cujas postagens serão examinadas de acordo com a proposta aqui colocada. Dessa forma, a primeira etapa consistiu na escolha das influenciadoras digitais cujas publicações foram averiguadas: 1. a médica ginecologista e

obstetra, apresentadora e influenciadora digital Marcela Mc Gowan e 2. a médica anestesista, bailarina, apresentadora, youtuber e influenciadora digital Thelma Assis. A segunda etapa, foi a escolha do período de análise do conteúdo presente nas postagens, o qual ficou definido entre abril e outubro de 2020. A terceira etapa, girou em torno da filtragem e seleção de postagens que interseccionam a questão do empoderamento com as pautas feministas. Na quarta etapa, foi examinado se a expressão do empoderamento está associada à lógica da branquitude e averiguado se a discussão em torno do empoderamento se associa à exposição e sensualização do corpo feminino. Na quinta e última etapa, foi realizada a análise e discussão dos conteúdos selecionados a partir do referencial teórico proposto neste projeto.

A terceira seção é composta por uma discussão sobre a questão das influenciadoras digitais, o dispositivo pedagógico de mídia e os resultados preliminares acerca das expressões de empoderamento e branquitude. Para explorar o tópico das influenciadoras digitais, são utilizados como base os estudos de Issaaf Karhawi acerca da área da Comunicação Digital. Já a análise de Rosa Maria Bueno Fischer acerca do dispositivo pedagógico de mídia, fornece uma base para o entendimento e análise do conceito. Fischer se debruça diante da mídia televisiva, e, a partir de seu estudo, é possível estabelecer um paralelo com o contexto das mídias sociais digitais, levando em consideração as especificidades tecnológicas e culturais desse ambiente. Por fim, são apresentados os resultados do material coletado em conjunto com a discussão aqui apresentada.

2. SEÇÃO I - Empoderamento e Branquitude

Em 2018, a arquiteta e urbanista Joice Berth lançou a obra *O que é Empoderamento?*, a fim de discutir esse conceito que vem sendo cada vez mais utilizado, em especial no contexto das mídias sociais digitais. A obra de Berth é compreendida nesta pesquisa como uma ferramenta de extrema importância para o exame e debate em torno dessa temática. Berth (2018, p. 20) sinaliza que especialmente nos dias atuais, o conceito de empoderamento revela-se como uma noção complexa, cuja compreensão é frequentemente ofuscada e deturpada, sobretudo, em decorrência do debate acrítico. Assim, a crítica direcionada a esse termo não reside em seu significado, mas de sua utilização superficial e desvinculada das bases teóricas e políticas que originaram o debate.

Para explorar o histórico da palavra *empoderamento*, a autora retoma o substantivo da língua inglesa *power*. A tradução literal dessa palavra é poder, mas ela também pode significar permissão ou capacidade para algo, autoridade, força, entre outros. O substantivo *power* é transformado em verbo, gerando a palavra *empower*, para atender a necessidade de nomear o ato de tomar o poder, apropriar-se dele. Na língua portuguesa, o termo *empoderar* é criado de forma semelhante. Trata-se de um neologismo: a criação de um novo termo a partir de algo que já existe.

Dessa forma, antes de explorar o conceito de *empoderamento*, Berth (2018) se baseia em autoras e autores como Hannah Arendt, Michel Foucault, Julian Rappaport e Rute Baquero, a fim de discorrer sobre o que é *poder*. Para Hannah Arendt, o *poder* existe quando há união entre indivíduos e diz respeito da capacidade de atuação de um determinado grupo. Já para Michel Foucault, o poder é algo que se articula ao Estado, mas que também é capaz de atravessar toda a estrutura social, consolidando-se como uma prática social construída historicamente. (BERTH, 2018, p. 12-13).

De acordo com Berth (2018), as teorias do feminismo negro e interseccional compreendem o poder como uma ferramenta para que grupos em situação de opressão possam conquistar emancipação política e social:

Quando assumimos que estamos dando poder, em verdade estamos falando na condução articulada de indivíduos e grupos por diversos estágios de autoafirmação, autovalorização, autorreconhecimento e autoconhecimento de si mesmo e de suas mais variadas habilidades humanas, de sua história, e principalmente de um entendimento quanto a sua posição social e política e, por sua vez, um estado psicológico perceptivo do que se passa ao seu redor. Seria estimular, em algum nível, a autoaceitação de características culturais e estéticas herdadas pela ancestralidade

que lhe é inerente para que possa, devidamente munido de informações e novas percepções críticas sobre si mesmo e sobre o mundo em volta, e, ainda, de suas habilidades e características próprias, criar ou descobrir em si mesmo ferramentas ou poderes de atuação no meio em que vive e em prol da coletividade. (BERTH, 2018, p. 14)

Assim, driblando as falhas sistêmicas que podem situar o empoderamento como uma inversão de polos de opressão, Berth compreende esse conceito como uma postura de enfrentamento da opressão para eliminação da situação injusta e equalização de existências em sociedade.

Empoderar, dentro das premissas sugeridas, é, antes de tudo, pensar em caminhos de reconstrução das bases sociopolíticas, rompendo concomitantemente com o que está posto, entendendo ser esta a formação de todas as vertentes opressoras que temos visto ao longo da História. Esse entendimento é um dos escudos mais eficientes no combate à banalização e ao esvaziamento de toda a teoria construída e de sua aplicação como instrumento de transformação social. (BERTH, 2018, p. 16)

Se apoiando em Patricia Hills Collins, Berth (2018) assinala como o processo de empoderamento é, antes de tudo, uma transformação interna em resposta ao estímulo externo: é uma movimentação interna de tomada de consciência ou do despertar de diversas potencialidades que definirão estratégias de enfrentamento das práticas do sistema de dominação machista e racista (BERTH, 2018, p. 17).

Na definição de *empowerment* cunhada pelo sociólogo Julian Rappaport presente no *Cambridge Dictionary* consta que se trata do “processo de ganhar liberdade e poder para fazer o que você quer ou controlar o que acontece com você”. Para Rappaport, era necessário capacitar grupos oprimidos para que estes pudessem ganhar autonomia. (BERTH, 2018, p. 19). Diferentemente de Rappaport, Paulo Freire “afirma que os próprios grupos subalternizados deveriam empoderar a si próprios, processo esse que se inicia com a consciência crítica da realidade aliada a uma prática transformadora.” (BERTH, 2018, p. 27)

Berth (2018) aponta que, para Rute Baquero (2012), o conceito está ligado à Reforma Protestante realizada na Europa no século XVI. Martinho Lutero realizou a tradução dos escritos bíblicos do latim para o alemão, possibilitando que a população tivesse acesso aos textos e fosse capaz de interpretá-los por conta própria, antes disso, a informação estava restrita ao clero. Essa dinâmica manifesta que o poder da informação já era exercido como instrumento de manipulação e hierarquia social. É válido assinalar que, na Teoria do Empoderamento, a informação é compreendida como instrumento de libertação. (BERTH, 2018, p. 23)

Berth (2018, p. 25) sinaliza Barbara Bryant Solomon como pioneira na aplicação da Teoria do Empoderamento para o campo de pesquisa e gestão social de populações invisibilizadas pelo olhar dominante. Solomon chama atenção para o impacto proporcionado pela representação negativa dos indivíduos negros na autoimagem desses sujeitos:

Os efeitos das imagens negativas do negro são traçados em como eles operam em grandes instituições sociais, como a família, grupos de pares e escolas. Esses efeitos estão ligados ao surgimento de problemas pessoais e sociais característicos encontrados em comunidades negras. Seguindo uma discussão anterior, o empoderamento é definido como um processo pelo qual a autodireção e o processo de ajuda são as forças de cura e fortalecimento entre a população negra (SOLOMON, 1976, p. 27 apud BERTH, 2018, p. 25)

Uma dinâmica a qual a autora (2018) pontua é a perspectiva individualista da ideia de *empoderamento feminino*: “é julgar que se empoderar é transcender individualmente certas barreiras, mas seguir reproduzindo lógicas de opressões com outros grupos, em vez de se pensar empoderamento como conjuntos de estratégias necessariamente antirracistas, antissexistas e anticapitalistas e as articulações políticas de dominação que essas condições representam.” (BERTH, 2018, p. 40). Porém, isso não quer dizer que o cunho individual não faça parte do processo, mas, que o empoderamento individual e o empoderamento coletivo são circunstâncias que mutuamente compõem o processo de empoderamento.

As reflexões de Srilatha Batliwala sobre *poder*, *empoderamento*, e, sobretudo, *empoderamento feminino* também são compreendidas neste estudo como recursos indispensáveis para a discussão dessa temática. Assim, Batliwala (1994, p. 129) define *poder* como o controle acerca dos recursos materiais, intelectuais e ideológicos. Essa definição do termo *poder*, para a autora, se consolida como a característica de destaque para o termo *empoderamento*.

O controle sobre os bens materiais podem abranger aspectos físicos, humanos ou financeiros, como as propriedades, a água, as florestas, o corpo dos indivíduos, a força de trabalho, o dinheiro e o acesso a esse bem. Os recursos intelectuais referem-se ao conhecimento, à informação e às ideias. Já o controle sobre a ideologia, gira em torno da capacidade de se produzir, disseminar e institucionalizar determinadas crenças, valores e comportamentos que, por sua vez, irão definir como os sujeitos se identificam e atuam diante dos cenários políticos e socioeconômicos nos quais estão inseridos. (BATLIWALA, 1994, p. 129)

A autora (1997, p. 129) afirma que o acúmulo do poder recai sobre os indivíduos que controlam ou têm a habilidade de influenciar a distribuição de recursos materiais, conhecimento e ideologia, definindo, por sua vez, o funcionamento das esferas pública e privada. A extensão do poder mantido por indivíduos ou grupos específicos está diretamente associada à variedade de recursos que conseguem controlar e à sua capacidade para moldar as ideologias

predominantes, seja no âmbito social, religioso ou político. Esse domínio, por sua vez, os concede o poder de tomar decisões.

Batliwala (1994, p.127), aponta que a ideia de empoderamento feminino emerge de discussões alavancadas pelos pensamentos feministas ao redor do mundo, com destaque para as feministas do Sul geográfico, antigamente considerado “Terceiro Mundo”. Para a autora, a origem desses pensamentos está interligada com a interação entre o feminismo e o conceito de educação popular concebido por Paulo Freire. Apesar do autor desconsiderar as questões de gênero, enfatiza a necessidade de mecanismos participativos nas instituições e na sociedade para criar um sistema mais equitativo e não exploratório. Batliwala salienta que as educadoras populares feministas desenvolveram sua própria abordagem levando em consideração as problemáticas referentes à subordinação feminina e construção social dos gêneros.

Assim, para Batliwala (1994, p. 130), o processo de desafiar as relações de poder existentes e ganhar maior controle sobre os recursos materiais, intelectuais e ideológicos é compreendido como *empoderamento*.

O termo empoderamento refere-se a uma variedade de atividades, desde a autoafirmação individual até a resistência coletiva, protesto e mobilização que desafiam as relações básicas de poder. Para indivíduos e grupos em que classe, casta, etnia e gênero determinam seu acesso a recursos e poder, o empoderamento deles começa quando não apenas reconhecem as forças sistêmicas que os oprimem, mas agem para alterar as relações de poder existentes. Portanto, o empoderamento é um processo voltado para a mudança na natureza e direção das forças sistêmicas que marginalizam mulheres e outras seções desfavorecidas em um contexto específico (Sharma 1991-1992 apud BATLIWALA, 1994, p. 130).

Na discussão apresentada por Batliwala, destaca-se que o empoderamento é visto como um processo e, ao mesmo tempo, o resultado daquele processo. Assim, como metas para o empoderamento feminino, evidenciam-se: a contestação da ideologia patriarcal, a transformação da estrutura e das instituições que validam e perpetuam as desigualdades sociais e de gênero e a viabilização do acesso e do controle dos bens materiais e informacionais por parte de mulheres financeiramente desfavorecidas.

O processo de empoderamento deve organizar as mulheres em coletivos, rompendo o isolamento individual e criando um fórum unido por meio do qual as mulheres podem desafiar sua subordinação. [...] O processo de empoderamento é, portanto, uma espiral, mudando a consciência, identificando áreas-alvo para mudança, planejando estratégias, agindo para a mudança e analisando a ação e os resultados, o que leva a níveis mais altos de consciência e estratégias mais afiadas e melhor executadas. A espiral de empoderamento afeta todos os envolvidos: o indivíduo, o agente ativista, o coletivo e a comunidade. Assim, o empoderamento não pode ser um processo de cima para baixo ou unidirecional. Armadas com uma nova consciência e crescente força coletiva, as mulheres começam a afirmar seu direito de controlar recursos (incluindo

seus próprios corpos) e de participar igualmente das decisões dentro da família, comunidade e vila. (BATLIWALA, 1994, p. 132)

Através das discussões apresentadas, é possível assinalar que os conceitos de poder e empoderamento estão interligados e dispõem de interpretações diversas, a depender dos autores que irão abordá-los. Além disso, constata-se que as discussões acerca do *empoderamento feminino* surgem nas vertentes do feminismo negro e feminismos do sul geográfico para discutir o processo de emancipação de grupos oprimidos, cujas condições de classe, raça, etnicidade e gênero atuavam de modo a situá-los em posição de desvantagem na hierarquia social.

Um dos objetivos centrais desta pesquisa é analisar a veiculação da ideia de empoderamento feminino em plataformas de mídias sociais digitais. Nesse contexto, vale ressaltar que, para além das discussões teóricas e políticas associadas ao conceito em questão, existem também compreensões distintas do que vem a ser o empoderamento feminino no âmbito popular e de ações cotidianas. Levando em consideração a diversidade de entendimentos que se associam a essa temática, se faz necessário apresentar aqui as compreensões adotadas nesta pesquisa acerca desses termos.

Com base nas discussões apresentadas, o *poder* é compreendido neste estudo como a capacidade de controlar algo ou alguém - recursos financeiros, intelectuais, ambientais, artifícios políticos, um indivíduo ou um grupo. Assim, *poder* se trata da influência que um sujeito ou um determinado grupo dispõe acerca de fatores capazes de interferir na vida de outras pessoas.

Da mesma forma como é assinalado por Berth (2018), entende-se que o *empoderamento* é um processo de cunho individual e coletivo que se articula e repercute na contestação da estrutura racista, sexista e capitalista vigente na sociedade. Seu principal objetivo é o desenvolvimento de uma organização social na qual não ocorra a hierarquização entre os sujeitos com base em fatores como raça, gênero e poder aquisitivo

Dessa maneira, o processo de empoderamento visa promover possibilidades e criar ferramentas para que sujeitos situados em posição de desvantagem na hierarquia social sejam capazes de atuarem diferentemente na tomada de decisões a respeito de aspectos que irão impactar suas vidas. É um conceito que se articula com questões subjetivas, sociais, culturais, econômicas, políticas, sexuais e ambientais. Já o *empoderamento feminino* é aqui situado como o alcance da autonomia, liberdade e segurança, seja ela social, política, econômica ou sexual.

A conquista da autonomia destaca-se como um elemento fundamental do processo de empoderamento feminino, pois permite que as mulheres tomem decisões que impactam diretamente em suas vidas, tanto no âmbito individual quanto coletivo. A liberdade refere-se à

capacidade de exercer escolhas sem restrições e à eliminação de barreiras que historicamente limitaram o protagonismo feminino. A segurança abrange não apenas a proteção contra ameaças físicas, mas também a criação de ambientes sociais e institucionais que garantam a integridade e o bem-estar das mulheres

Dentro desse contexto mais amplo, a análise da veiculação de discursos que tangenciam o empoderamento feminino, referindo-se a ele direta ou indiretamente em plataformas de mídias sociais digitais, torna-se potencializador para compreender como esses conceitos são disseminados, reinterpretados e incorporados na esfera pública. A partir desse exame, será possível discorrer como tais debates contribuem para a construção de uma sociedade mais igualitária e inclusiva ou se implicitamente corroboram para a manutenção do sistema de exploração patriarcal.

Assim, se a finalidade inicial dos debates em torno do conceito de *empoderamento feminino* era a de discutir o processo de emancipação de grupos oprimidos, cujas condições de classe, raça, etnicidade e gênero atuavam de modo a situá-los em posição de desvantagem na hierarquia social, qual foi o caminho percorrido para que a questão étnico-racial se tornasse invisível ou secundarizada, em especial no que se refere às dinâmicas de exposição dessa temática em mídias sociais digitais?

Ingrid Gerolimich (2020) chama atenção para uma perspectiva em ascensão nas redes sociais que associa a exposição de imagens do corpo feminino padronizado e hiperssexualizado a uma forma de exercício do feminismo. A pesquisadora entende essa dinâmica como uma estratégia do sistema capitalista e do patriarcado para renovar suas formas de dominação e conservar uma estrutura de poder que lucra tanto com o uso da imagem quanto com o impulsionamento da insegurança. De acordo com Berth (apud GEROLIMICH, 2020), a nudez, em especial, a nudez que se adequa a um padrão excludente e racista, não se expressa como um ato de empoderamento. A autora situa que, essa expressão pode se consolidar a partir da consciência de que os corpos padrão são utilizados como forma de invisibilizar corpos que não se adequam ao padrão.

Um dos fatores centrais para o desenvolvimento dessa pesquisa foi a identificação de um cenário que salienta e reforça aspectos da estética e da ideologia branca, instituindo essa condição como padrão hegemônico. Cida Bento é uma psicóloga e ativista que atua como Diretora Executiva do Centro de Estudo das Relações de Trabalho e Desigualdades e se dedica aos estudos de temáticas como ações afirmativas, identidade étnica, discriminação no trabalho, administração de recursos humanos e preconceito. Bento é autora da obra *O Pacto da*

Branquitude (2022), na qual propõe uma análise acerca do silenciamento da repercussão positiva que a herança escravocrata proporciona para sujeitos brancos, enquanto situa os “outros” em posição subalterna.

Examinando criticamente o processo de colonização europeu, a autora assinala que os indivíduos brancos desenvolveram uma espécie de identidade comum que utilizou sujeitos negros como principal contraste, situando-os como inimigos. “Analisando a visão do europeu sobre os não europeus, pode-se concluir que aquele ganhou em força e em identidade, uma espécie de identidade substituta, clandestina, subterrânea, colocando-se como o “homem universal”, em comparação com os não europeus.” (BENTO, 2022, n.p.¹). A estudiosa localiza no processo de colonização a constituição da branquitude.

Bento (2022) situa na colonização europeia a edificação de um sistema mundial capitalista que interliga raça, terra e divisão do trabalho que, por sua vez, forneceu uma base para a constituição da relação de dominação de um grupo em detrimento do outro. A autora traz à tona o conceito de *capitalismo racial*, situando que essa dinâmica “elucida como o capitalismo funciona por meio de uma lógica de exploração do trabalho assalariado, ao mesmo tempo que se baseia em lógicas de raça, etnia e de gênero para expropriação, que vão desde a tomada de terras indígenas e quilombolas até o que chamamos de trabalho escravo ou o trabalho reprodutivo de gênero etc.” (BENTO, 2022, n.p.)

Utilizando como base a análise de Nilma Lino Gomes, Cida Bento (2022, n.p.) pontua o importante papel do movimento negro no processo de desconstrução das hierarquias raciais presentes na sociedade bem como, na ressignificação das relações étnico-raciais no Brasil. Elucidando o caráter de lutas e resistências presentes na história do movimento negro, a pesquisadora (2022) sinaliza a omissão da exposição do protagonismo da população negra na historiografia oficial. De acordo com a autora, esse fato pode ocorrer justamente como uma estratégia de apagamento do protagonismo negro ou, até mesmo, para não afetar a imagem do país da suposta democracia racial.

Diante dessa dinâmica, entende-se que indivíduos brancos dispõem de privilégios na hierarquia social em função de suas características fenotípicas brancas. Lourenço Cardoso e Tânia M. P. Müller são os organizadores da obra *Branquitude: estudos sobre a identidade branca no Brasil*, lançada em 2017. Um dos objetivos centrais dessa obra é o de examinar a identidade branca tendo em vista a realidade social brasileira. Cardoso e Müller (2017, n.p.) definem a branquitude como a categoria de pertencimento étnico racial atribuída aos sujeitos brancos. Essa condição transpassa o fenótipo, se expressando na corporeidade, no usufruto de privilégios raciais, simbólicos e materiais. Os autores expressam como estratégia da

¹ Não paginado: devido ao formato do arquivo, não foi possível ter acesso à paginação exata.

branquitude a não identificação da mesma enquanto uma categoria racial, pois, dessa forma, sujeitos brancos, ao não possuírem consciência identitária, passam a ocupar posição neutra ou até mesmo invisível dentro do debate étnico-racial, o “homem universal” caracterizado por Bento (2022).

Priscila Elisabete da Silva (2017, p.19) situa na ideia da existência da democracia racial um dos principais pilares de manutenção do racismo na sociedade brasileira. A afirmação de uma suposta igualdade entre os sujeitos como característica da identidade nacional inviabiliza a identificação das estruturas discriminatórias. O estudo em torno do conceito de branquitude surge como um importante alicerce para o exame em torno do papel da identidade racial branca como um elemento ativo nas dinâmicas raciais em sociedades transpassadas pelo colonialismo europeu (SILVA, 2017, p. 21).

Os estudos em torno da branquitude contrastam com a compreensão de que indivíduos negros seriam os temas centrais das análises em torno das relações raciais, chamando atenção para os efeitos da colonização e do racismo na subjetividade de pessoas brancas. Citando Giroux (1999), Silva (2017) destaca que o motivo pelo qual os acadêmicos passaram a dar enfoque nesse fenômeno consiste em:

[...] acumular uma quantidade substancial de conhecimento, explorando o significado da análise da branquitude como uma construção social, cultural e histórica. Esse trabalho se caracterizou por várias tentativas de situar a branquitude como uma categoria racial e analisá-la como *locus* de privilégio, poder e ideologia. Além disso, esse trabalho procurou analisar criticamente de que modo a branquitude, como identidade racial, é experienciada, reproduzida e tratada pelos homens e mulheres brancos que se identificam com suas pressuposições e valores (GIROUX, 1999, p. 101 apud SILVA, 2017, p. 22)

Com base nos pressupostos apresentados pelos estudos críticos da branquitude realizados no Estados Unidos, Silva (2017, p. 23) caracteriza a branquitude como o resultado da relação colonial que culminou em uma determinada composição para as subjetividades dos indivíduos e indicou lugares sociais para brancos e não-brancos. Assim, como marcante característica das relações colonialistas, destaca-se a interpretação do sujeito negro como uma antítese do branco, um sistema que, por sua vez, é utilizado como justificativa para os privilégios e a posição de poder desfrutados por pessoas brancas.

De acordo com Silva (2017), há um consenso entre os estudos que se debruçam sobre a branquitude de que trata-se de um fenômeno fluido, capaz de se alterar de acordo com o período e que recebe influências de variados contextos sócio-históricos. Em suma, a autora define a branquitude da seguinte maneira:

[...] a branquitude é um construto ideológico, no qual o branco se vê e classifica os não brancos a partir de seu ponto de vista. Ela implica vantagens materiais e simbólicas aos brancos em detrimento dos não brancos. Tais vantagens são frutos de uma desigual distribuição de poder (político, econômico e social) e de bens materiais e simbólicos. Ela apresenta-se como norma, ao mesmo tempo em que como identidade neutra, tendo a prerrogativa de fazer-se presente na consciência de seu portador, quando é conveniente, isto é, quando o que está em jogo é a perda de vantagens e privilégios. (SILVA, 2017, p. 27).

Salientando que não se trata de uma dinâmica homogênea, Silva (2017) aponta que nos estudos que abordam a branquitude no Brasil, há o cuidado de não pensar exclusivamente na dualidade branco/negro, levando em consideração o processo de miscigenação e a ideologia do branqueamento.

Jorge Hilton de Assis Miranda (2017) direciona sua análise para a questão de ordem semântica e hermenêutica que envolve o uso dos termos *invisibilidade* ou *neutralidade* nos estudos que se propõe discorrer sobre os posicionamentos adotados por algumas pessoas brancas com relação à branquitude. Miranda (2017, p. 61) classifica a *invisibilidade* a partir da ausência de autocritica e de consciência acerca de sua posição privilegiada, que culminam no posicionamento passivo não intencional de acomodação e de colaboração indireta para a preservação dos privilégios. Já a *neutralidade* é apresentada como a ausência de autocritica, porém marcada pela consciência acerca de sua posição de privilégios. Posicionamento ativo intencional de omissão e indiferença que colabora diretamente para a preservação dos privilégios.

O autor salienta que no campo dos estudos críticos da branquitude, entende-se que o não reconhecimento do vínculo de indivíduos que apresentam características do fenótipo branco com o grupo social branco pode estar associado à carga simbólica de violência ligada ao passado colonial. Porém, em circunstâncias vantajosas, ou seja, nas quais existem cargas materiais e simbólicas positivas, os sujeitos podem apresentar a aceitação do ser branco.

Miranda (2017, p. 63) classifica o racismo como um sistema de poder capaz de atuar nos campos econômico, educacional, artístico, científico, jornalístico, político, religioso, familiar, entre outros. Os mais diversos espaços sociais se tornam núcleos reprodutores de desigualdades.

É dentro dessa engrenagem normatizada e normatizadora que padrões sociais são criados e constantemente reforçados e reproduzidos. Nela, as identidades que estão em posição de poder se movimentam principalmente pela aquisição/manutenção de capital simbólico. É a partir dessa estrutura que a branquitude opera. Não pensar sobre, não refletir sobre si e o outro diferente é a regra. A desigualdade é neutralizada, internalizada no cotidiano como normal (MIRANDA, 2017, p. 63)

No período colonial, a imigração foi incentivada pelo Estado como uma forma de promover o embranquecimento da população brasileira. Muitos dos imigrantes que vieram para o Brasil ascenderam socialmente através do trabalho. Diante desse contexto, surgiu uma forte concepção de que as conquistas adquiridas por esses indivíduos são, de alguma forma, mérito exclusivo de seus esforços empenhados em seus ofícios. Esse ponto de vista, ainda se faz bastante presente no imaginário popular, mas desconsidera o privilégio da branquitude.

Essa autoimagem condicionada, essa disposição para não perceber-se, analisar-se e criticar-se é algo aprendido e internalizado por meio de um mecanismo que Bourdieu (2005) batizou de “*habitus*”. Ele pode ser entendido como um sistema de percepções, práticas, juízos e gostos automatizados socioideologicamente nos indivíduos através de estruturas institucionais. É um padrão de comportamentos condicionados que o indivíduo incorpora e reproduz desde a infância sem refletir sobre. [...] Com base nessa compreensão, defino a branquitude como um *habitus* racial, uma expressão do racismo. Um sistema de pensamentos e comportamentos condicionados, individuais e coletivos, que outorga duradouros privilégios - simbólicos e materiais - para pessoas de fenótipo branco. (MIRANDA, 2017, p. 65)

A branquitude, portanto, atua como uma estrutura de poder ao influenciar a forma como as identidades são percebidas e valorizadas na sociedade. Ela molda as normas sociais, cria padrões que beneficiam o fenótipo branco ao mesmo tempo em que marginalizam e oprimem os fenótipos não brancos.

Considerando os aspectos debatidos ao longo desta seção, essa pesquisa procura entender se o debate de empoderamento feminino apresentado em mídias sociais digitais está inserido diante de um contexto que valoriza e promove aspectos da cultura branca, bem como quais são os entendimentos acerca do que vem a ser o empoderamento feminino e se esses entendimentos expressam essa perspectiva da branquitude.

3. SEÇÃO II - Alinhamentos metodológicos

A pandemia de Covid-19 repercutiu no aumento do uso das redes sociais (FILIZOLA, 2021), visto que a demanda por adequação e incorporação do universo digital ao cotidiano dos sujeitos surge como tática para a realização do distanciamento social, fenômeno que se manifesta como forma de sobrevivência e preservação da vida humana. O Instagram, cuja finalidade principal gira em torno da veiculação de imagens, se apresenta como um dispositivo bastante oportuno para o desenvolvimento da análise aqui proposta, uma vez que possibilita a análise em torno da imagem vinculada ao exame dos discursos que a acompanham. Além disso, trata-se de uma das plataformas mais utilizadas no Brasil². Assim, essa pesquisa originou-se a partir de inquietações despertadas pela maneira como o debate a respeito do empoderamento feminino vem sendo conduzido em ambientes sociais digitais.

Uma das hipóteses deste estudo é a de que o debate de empoderamento feminino é amalgamado pelos padrões da branquitude quando proferido por mulheres brancas, e que, o modo pelo qual mulheres brancas e negras apresentam tal tema difere-se entre si. Dessa forma, como objetivo central desta pesquisa, destaca-se a análise da discussão de empoderamento feminino no Instagram a partir do exame de publicações de influenciadoras digitais. Com isso, pretende-se examinar se a ideia de empoderamento feminino apresentada nesse meio, de alguma maneira, se entrelaça com a lógica da branquitude.

Para que fosse possível realizar essa análise, se fez necessário selecionar perfis de influenciadoras digitais que trouxessem à tona a discussão do empoderamento feminino e/ou elementos associados à essa temática no Instagram. Assim, para compreender os aspectos que nos levaram a identificar que as postagens apresentam temáticas que se relacionam com a questão de empoderamento, vale retomar a compreensão adotada neste estudo acerca desse conceito.

O *empoderamento* é aqui compreendido como um processo de caráter individual e coletivo que se articula e visa contestar a estrutura racista, sexista e capitalista. Assim, uma das finalidades para o processo de empoderamento é que os sujeitos sejam capazes de atuar na

²Forbes Tech. **Instagram segue na liderança no Brasil, mas declínio das redes preocupa big techs**. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/instagram-segue-na-lideranca-no-brasil-mas-declinio-das-redes-preocupa-big-techs/>>. Acesso em: 4 de março de 2024

Forbes Tech. **Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais em todo o mundo**. Disponível em: <<https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/03/brasil-e-o-terceiro-pais-que-mais-consome-redes-sociais-em-todo-o-mundo/>>. Acesso em: 4 de março de 2024.

tomada de decisões a respeito de questões que irão impactar suas vidas, bem como, ressignificar perspectivas inferiorizadas sobre si próprios que lhes foram inculcadas diante de uma determinada estrutura social, econômica, política e cultural. Tratando-se de um processo que se articula com questões subjetivas, sociais, culturais, econômicas, políticas, sexuais e ambientais, compreende-se que o empoderamento visa romper com perspectivas negativas que a estrutura social por vezes dissemina acerca de determinados sujeitos. Assim, entende-se aqui que o *empoderamento feminino* diz respeito ao alcance da autonomia, liberdade e segurança, seja ela social, política, econômica ou sexual.

Nesse estudo, compreende-se que as influenciadoras virtuais estariam apresentando questões referentes à temática do empoderamento feminino e/ou elementos associados a esse assunto ao abordarem tópicos como: padrão de beleza, libertar-se das amarras sociais, aceitar o corpo da maneira como ele é, achar-se bonita, gostar de si mesma, se valorizar, não adotar determinados comportamentos apenas para agradar outras pessoas, discutir abertamente questões referentes à sexualidade feminina, proporcionar espaço para a divulgação de perfis e trabalhos de influenciadoras sociais que possuem menos visibilidade, expressar descontentamento ou protestar contra situações de injustiça e opressão, falar sobre racismo e feminismo, valorizar o movimento feminista ou o ser feminista, entre outros fatores.

Tendo como hipótese que os discursos de empoderamento feminino estão amalgamados pela lógica da branquitude, compreendeu-se que seria relevante realizar um exame em torno do perfil de uma influenciadora de fenótipo negro e outra de fenótipo branco, para que fosse possível examinar como esse debate se apresenta em um corpo marcado pelo racismo e em outro, marcado pela branquitude. Além disso, outro fator considerado interessante foi o de centralizar as opções entre os perfis que possuíssem uma quantidade significativa de seguidores devido ao amplo alcance de seu conteúdo entre os internautas.

É importante reforçar que não se trata de uma análise comparativa entre os perfis das influenciadoras digitais, mas sim, da análise dos conteúdos presentes na plataforma. Para atingir esse objetivo, esse estudo compreende a necessidade de averiguar as singularidades presentes na produção de conteúdo de uma mulher branca e na produção de conteúdo de uma mulher negra. As influenciadoras digitais cujos perfis são examinados nessa pesquisa, se apresentam como os aparatos que possibilitam o acesso aos conteúdos produzidos nessa plataforma. Nesse sentido, essa investigação não analisa o sujeito Marcela ou o sujeito Thelma, mas sim, como as ideias de empoderamento e de branquitude se expressam através do material produzido por

essas duas criadoras de conteúdo que possuem corpos distintos que as colocam em determinados lugares de falas como mulheres.

Assim, a escolha dessas influenciadoras digitais levou em consideração os seguintes aspectos: 1. ser uma influenciadora digital com quantidade significativa de seguidores, uma vez que isso repercute diretamente no maior alcance de suas postagens; 2. ser uma personalidade que traga à tona a discussão do empoderamento feminino e/ou elementos associados à essa temática. Dentre as possibilidades, destacam-se os perfis mencionados de Marcela Mc Gowan e Thelma Assis. Ambas as personalidades escolhidas foram participantes do reality show Big Brother Brasil televisionado pela emissora Rede Globo no ano de 2020. Em ambos os casos, seus perfis no Instagram ganharam notável popularidade após seus envolvimento com o programa.

Marcela Mc Gowan, é ginecologista e obstetra, com formação em sexualidade humana e terapia sexual pela Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. As temáticas expostas em seu perfil, de modo geral, estão relacionadas à saúde, à sexualidade e ao prazer. Sua formação na área agregada a comunicação fluida e descontraída dessas temáticas, proporciona à médica uma relação de confiança e proximidade com seus seguidores.

Thelma também é médica e sua especialização é em anestesista, além disso, é bailarina profissional, passista da escola de samba Mocidade Alegre, apresentadora, youtuber e influenciadora digital. Em seu perfil no Instagram, debate temáticas relacionadas à representatividade da mulher negra, diversidade e inclusão. A explicação dessas escolhas também pode ser ressaltada pelo debate feito por Karhawi, que será apresentado posteriormente. Com base nesses aspectos, considerou-se que ambas as influenciadoras atendem aos objetivos deste trabalho.

Após essa escolha, passamos para a segunda etapa da pesquisa, que foi a definição do período de análise das postagens no Instagram. Como ambas as influenciadoras se popularizaram após suas participações no reality show, entendeu-se que seria interessante coletar como dados para a investigação, postagens feitas após a finalização do programa televisivo. As duas influenciadoras participaram da mesma edição do programa, então esse período é situado entre abril e outubro de 2020, vale destacar, o período de pandemia da Covid-19.

A terceira etapa girou em torno da filtragem e seleção de postagens que interseccionam a questão do empoderamento com as pautas feministas. Em um primeiro momento, compreendeu-se que seria interessante destacar as dez postagens mais curtidas dentro do

conteúdo selecionado de modo a destacar quais temas possuem maior visibilidade. Em seguida, o conteúdo de cada publicação foi analisado individualmente para que fosse possível destacar sua temática. A partir dos destaques, foram criadas categorias de acordo com os temas observados.

Seguindo o plano de realizar a análise dos perfis das influenciadoras digitais escolhidas, no perfil da Marcela McGowan (@marcelamcgowan) foram coletadas postagens referentes ao período de 27 de abril de 2020 até 27 de outubro de 2020. Dentro desse período, foram registradas 150 postagens, sendo 123 imagens e 27 vídeos³. Já no perfil de Thelma Assis, também foram coletadas postagens referentes ao período de 27 de abril de 2020 até 27 de outubro de 2020, sendo registradas 114 postagens, das quais 99 são imagens e 14 são vídeos. Dentre as postagens registradas no perfil de Marcela McGowan, foram selecionadas 43 para serem analisadas nesta pesquisa, já no perfil de Thelma Assis, foram reunidas 28 postagens.

A proposta central desta pesquisa gira em torno da análise de postagens fixas - fotografias e artes gráficas - dessa forma, foi realizada uma classificação do conteúdo coletado categorizando os assuntos abordados e a quantidade de curtidas. Assim, foram destacadas também as dez postagens com a maior quantidade de engajamento pelo público, tendo em vista o número de curtidas.

No perfil de Marcela, a primeira categoria com maior quantidade de postagens é a de assuntos variados (ensaios fotográficos, imagens com frases comentando algo do cotidiano). Em segundo lugar, aparecem os textos reflexivos a respeito de amor próprio, autoaceitação, sexo, masculinidade, padrão estético, introspecção. Em terceiro lugar, divulgação de trabalhos realizados pela influenciadora e em quarto, a *#segundadaautoestima*. As publicidades ocupam o quinto lugar, conteúdos informativos (sexo, menstruação, infecções sexualmente transmissíveis, câncer de mama, entre outras temáticas que se enquadram na especialidade médica da influenciadora) em sexto e, em sétimo lugar, situa-se a divulgação do perfil de mulheres negras.

No perfil de Thelma, o primeiro assunto mais presente também são temas variados (ensaios fotográficos, memórias de vivências, homenagem a uma pessoa querida, entre outros). Em segundo lugar, estão as divulgações de trabalho e em terceiro, publicidades. Ocupando o quarto lugar, são postagens de ação solidária, em quinto, postagens de protesto e, em sexto, reflexões.

³ boomerang, reels, entre outros.

Os resultados preliminares dessas postagens serão apresentados na seção 3. Essas publicações não necessariamente discutem as temáticas examinadas neste estudo, mas são capazes de assinalar o tipo do conteúdo que mais agrada os internautas. A quarta e a quinta etapa desta pesquisa serão apresentadas nas seções a seguir. Na quarta etapa, foi examinado se a expressão do empoderamento está associada à lógica da branquitude e averiguado se a discussão em torno do empoderamento se associa à exposição e sensualização do corpo feminino. Na quinta e última etapa, foi realizada a análise e discussão dos conteúdos selecionados a partir do referencial teórico proposto neste projeto.

4. SEÇÃO III - Influenciadoras digitais e as expressões de empoderamento e da branquitude: resultados preliminares.

4.1. Influenciadores digitais e a mídia enquanto dispositivo pedagógico

A popularização das mídias sociais digitais proporcionou um cenário no qual sujeitos anônimos podem se tornar produtores de conteúdo sem o intermédio das grandes imprensas tradicionais. Partindo dessa perspectiva, qualquer pessoa pode se tornar influenciadora digital se assim desejar. Quais são então os fatores que possibilitam com que determinados sujeitos se destaquem e ganhem maior notoriedade?

Issaaf Karhawi, se dedica ao estudos da área da Comunicação Digital. Em uma análise na qual discorre a respeito da maneira como influenciadores digitais alcançam status, constroem reputações e conquistam seguidores, Karhawi (2016) salienta dois fatores centrais: 1. É necessário que existam figuras capazes de filtrar as informações que chegam para os mais diversos públicos existentes nas redes e os influenciadores digitais realizam essa função para os seus públicos e 2. Criadores de conteúdo digital devem dispor de atributos que lhes conferem credibilidade, reputação e prestígio. (2016, p. 43).

Então, para Karhawi (2016), os influenciadores digitais são sujeitos que possuem status e reputação, cujas bases são a confiança coletiva e a proximidade com seu público. De acordo com a autora, os criadores de conteúdo são detentores de capital simbólico e atuam como filtros de informação, passando para seus seguidores os conteúdos a partir de sua perspectiva. Dentre os variados tipos de influenciadores, a autora salienta que os que possuem maior visibilidade são os que fazem o uso de suas imagens.

“A diferença entre um influenciador digital e uma celebridade é justamente o sujeito, o Eu. O influenciador digital, digital influencer, creator, ou a denominação vigente que for, é um sujeito que preserva o seu Eu. Enquanto uma celebridade está distante, sob holofotes, traçando um caminho de sucesso que parece muito distante de quem os assiste no cinema ou na televisão, os influenciadores digitais estão no Facebook, no Instagram, no Snapchat, em espaços ocupados por “pessoas comuns” com quem dialogam em igualdade.” (KARHAWI, 2016, p. 46)

Lançado em 2010, o Instagram surgiu inicialmente como uma plataforma cuja proposta girava em torno do compartilhamento de fotos. Seu diferencial eram os filtros disponibilizados para serem aplicados às imagens, que até hoje atuam como uma ferramenta rápida e fácil para a edição de fotos e vídeos. De acordo com Ana Marques (2023), o nome da rede social é

composto a partir de uma junção dos termos *instant camera* (câmera instantânea) e *telegram* (telegrama), fazendo uma referência à captura e compartilhamento imediato de imagens. Gratuito e exclusivo para iOS, o aplicativo rapidamente se tornou bastante popular na App Store. Em abril de 2012, o dispositivo foi lançado para o sistema operacional Android e ultrapassou 1 milhão de downloads em 24 horas. No mesmo ano, foi comprado pela empresa de Mark Zuckerberg por US\$1 bilhão. O Brasil está entre os países que mais acessam a rede social desde 2015.

Para realizar a postagem de fotos e vídeos no Instagram é necessário ter uma conta, mas qualquer pessoa pode acessar o conteúdo de um perfil aberto. Caso o usuário não queira que as informações de seu perfil sejam acessadas por outros sujeitos além de seus seguidores, é possível alterar as configurações de privacidade, restringindo o conteúdo apenas a pessoas autorizadas. Marques (2023), assinala que os principais recursos do Instagram são: os Stories, os Reels, as publicações do Feed, as Lives e o Instagram Direct (DMs) além disso, a plataforma conta com ferramentas como o explorar, as notas, as *hashtags*, o Instagram Shopping, as coleções, as notificações e os anúncios.

Os Stories são publicações que somem após 24 horas. O usuário pode compartilhar fotos, vídeos, músicas, textos e personalizar com filtros, GIFs e demais recursos disponíveis. Os Reels são vídeos com duração máxima de 15 minutos que também contam com as mesmas ferramentas de edição do Stories. o Feed é a seção que apresenta os conteúdos dos indivíduos seguidos pelo usuário e as publicações sugeridas pela própria rede social. As Lives são transmissões ao vivo realizadas por uma ou até quatro contas simultaneamente. Marques (2023) assinala que esse recurso ganhou bastante destaque durante a pandemia. O Direct (DM) é o setor de mensagens da plataforma.

O Explorar é uma aba que apresenta publicações com base nas interações de cada usuário (curtidas, comentários e seguidores) (MARQUES, 2023). As Notas são breves recados que podem ser fixados na área de mensagens. As *hashtags* servem para direcionar o conteúdo e organizá-lo de acordo com o tema. O Instagram Shopping possibilita postagens de produtos para compra dentro da plataforma. As coleções são postagens salvas pelo usuário para serem visualizadas em outro momento. As notificações são avisos de novos seguidores, mensagens, marcações em publicações, curtidas ou comentários. Por fim, os anúncios são propagandas que surgem entre as postagens dos Stories, Feed e Reels.

Assim como foi assinalado anteriormente, o Instagram é uma plataforma bastante presente na realidade social cotidiana do Brasil. A partir disso, essa pesquisa parte do

pressuposto de que os conteúdos e discussões presentes nesta rede social, influenciam a forma como os sujeitos recebem e interpretam as mais diversas informações, fazendo com que essa plataforma seja capaz de atuar como um *dispositivo pedagógico*. Dessa forma, essa rede social se apresenta como uma ferramenta bastante interessante para a análise do estudo aqui proposto.

Rosa Maria Bueno Fischer, atualmente aposentada, foi professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul e, ao longo de sua trajetória acadêmica, se dedicou aos estudos na área de Educação e Comunicação, com ênfase em Filosofia da Cultura, poéticas dos processos criativos, estudos foucaultianos; realizou pesquisas sobre cinema, imagem, processos de subjetivação e formação ético-estética. Em seu artigo *O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV*, Fischer (2002) realiza uma discussão com base nos resultados de pesquisas sobre televisão e educação. A partir dessa análise é fundamentada no pensamento de Michel Foucault, a autora desenvolveu o conceito de *dispositivo pedagógico de mídia*.

A hipótese de Fischer (2002) é a de que a televisão, enquanto meio de comunicação dotado de uma determinada linguagem audiovisual, dispõe de um importante papel na formação das pessoas, especificamente, na constituição do sujeito contemporâneo. A TV é compreendida pela autora como um fator primordial de complexos processos de veiculação e produção de significações e sentidos que se interligam com a maneira de ser, pensar, se relacionar e conhecer o mundo. (FISCHER, 2002, p. 153 - 154) Assim, a autora foi capaz de apresentar a maneira como a mídia opera - participando efetivamente da construção de sujeitos e subjetividades por meio da produção de imagens, significações e saberes capazes de educar os sujeitos.

[...] tratar do “dispositivo pedagógico da mídia” significa tratar de um processo concreto de comunicação (de produção, veiculação e recepção de produtos midiáticos), em que a análise contempla não só questões de linguagem, de estratégias de construção de produtos culturais (no caso aqui referido, de programas televisivos), apoiada em teorias mais diretamente dirigidas à compreensão dos processos de comunicação e informação, mas sobretudo questões que se relacionam ao poder e a formas de subjetivação. Fundamentada no conceito de “dispositivo da sexualidade” de Foucault (1990a, p. 100), descrevo o dispositivo pedagógico da mídia como um aparato discursivo (já que nele se produzem saberes, discursos) e ao mesmo tempo não discursivo (uma vez que está em jogo nesse aparato uma complexa trama de práticas, de produzir, veicular e consumir TV, rádio, revistas, jornais, numa determinada sociedade e num certo cenário social e político), a partir do qual haveria uma incitação ao discurso sobre “si mesmo”, à revelação permanente de si; tais práticas vêm acompanhadas de uma produção e veiculação de saberes sobre os próprios sujeitos e seus modos confessados e aprendidos de ser e estar na cultura em que vivem. Certamente, há de se considerar ainda o simultâneo reforço de controles e igualmente de resistências, em acordo com determinadas estratégias de poder e saber, e que estão vivos, insistentemente presentes nesses processos de publicização da vida privada e de pedagogização midiática. (FISCHER, 2002, p. 155)

Em seu estudo, Fischer realiza uma sagaz observação acerca de algo que denomina como a “tecnologia da intimidade e da privacidade”. A autora (2002, p. 156) assinala que a

exposição dos indivíduos na TV é uma tecnologia que se aperfeiçoa, referindo-se a técnicas utilizadas pela mídia televisiva de captar seus telespectadores em sua intimidade, proporcionando-lhes a possibilidade de se reconhecerem no conteúdo apresentado ou de realizarem uma auto-avaliação com base no conteúdo apresentado.

“Assim, recursos como os de captação de imagens, os cortes, os efeitos de zoom e tantos outros funcionam para capturar a intimidade de um sujeito que sofre, chora, emociona-se ou demonstra culpa, como se a TV pudesse, mesmo que por rápidos instantes, efetivamente penetrar na intimidade daquele que fala e, por homologia de campos, também na intimidade daquele que “especta”, daquele que olha.” (FISCHER, 2002, p. 157).

A partir do estudo de Rosa Maria Bueno Fischer acerca do dispositivo pedagógico de mídia televisiva, é possível estabelecer um paralelo com as mídias sociais digitais - contexto diante do qual essa pesquisa se debruça. Os dois formatos midiáticos são capazes de promover ensinamentos, moldar subjetividades e comportamentos, cada um à sua maneira, devido às especificidades tecnológicas e culturais. Tendo em vista as particularidades do ambiente social virtual, entende-se aqui a possibilidade de ampliação da tecnologia da intimidade e da privacidade nesse meio, uma vez que os usuários decidem por conta própria se devem compartilhar aspectos referentes ao seu cotidiano, seus sentimentos e opiniões.

Assim, diferentemente da televisão, onde o espectador exerce majoritariamente um papel passivo, nas redes sociais, o internauta dispõe de atuação ativa. Os indivíduos não apenas consomem conteúdo, mas também produzem e compartilham informações, criando um ciclo constante de produção e recepção de significados. Outra característica do cenário virtual é o caráter instantâneo da produção de conteúdos e de consumo de informações, o qual pode influenciar em um modo de agir mais dinâmico e até mesmo, volátil. Além disso, como já foi salientado, as mídias sociais utilizam algoritmos sofisticados para personalizar o conteúdo que cada usuário vê, moldando de maneira mais precisa as subjetividades e reforçando bolhas informacionais que podem influenciar opiniões e comportamentos de forma mais direcionada.

Enquanto a televisão funciona como um dispositivo pedagógico mais linear e unidirecional, as mídias sociais digitais operam em um ambiente mais interativo e personalizado. Ambos os meios influenciam profundamente a formação dos sujeitos, mas as mídias sociais oferecem uma plataforma onde os indivíduos dispõem de maior atuação na criação e disseminação de conteúdos. Vale ressaltar que, ao mesmo tempo, esses usuários estão

sujeitos a um controle algorítmico e a uma pressão social intensa, tendo em vista a constante pressão para se performar uma identidade idealizada, moldada por curtidas, comentários e compartilhamentos que, por sua vez, pode reforçar comportamentos e padrões de subjetivação que se alinham com os discursos dominantes na plataforma.

4.2 Análise inicial das imagens: retomando alguns critérios

As postagens do perfil de Marcela McGowan foram examinadas e divididas nas seguintes categorias: **1. Temas variados** - em sua grande maioria, são ensaios fotográficos da influenciadora realizando atividades cotidianas ou apenas posando para a foto. As postagens são acompanhadas de legendas breves, como por exemplo: um *emoji* ou uma frase de efeito que expresse algum sentimento, crença ou vivência do momento; **2. Reflexão** - são publicações de teor reflexivo compostas por imagens e legendas que ilustram o conteúdo a ser analisado. As temáticas variam entre amor próprio, autoaceitação, sexo, masculinidade, padrão estético, introspecção, entre outros; **3. Divulgação de trabalho** - a finalidade dessas postagens é a de apresentar para os seguidores um projeto ou trabalho criado e realizado pela influenciadora; **4. #segundadaautoestima** - essas publicações são realizadas às segundas-feiras e contém a finalidade de discorrer a respeito de questões que englobam a temática da autoestima; **5. Publicidade** - essas postagens são sinalizadas no perfil como publicidade e contém a propaganda de alguma marca, item ou serviço; **6. Informação** - são publicações de teor informativo a respeito da especialidade médica da influenciadora. As temáticas giram em torno de sexo, menstruação, infecções sexualmente transmissíveis, câncer de mama, entre outros; **7. Divulgação de perfis de mulheres negras** - essas postagens apresentam alguma influenciadora digital não branca, bem como o trabalho exercido por aquela mulher.

Tabela 1 - Categorização das postagens encontradas no perfil de Marcela McGowan (@marcelamegowan)

CATEGORIA	CONTEÚDO	POSTAGENS
Temas variados	Ensaios fotográficos, informações do cotidiano	75 postagens
Reflexão	Exposição de temáticas como: amor próprio, autoaceitação, sexo, masculinidade, padrão estético, introspecção de forma reflexiva	12 postagens

Divulgação de trabalho	Apresentar para os seguidores um trabalho ou projeto realizado pela influenciadora	11 postagens
#segundadaautoestima	Publicações realizadas às segundas-feiras cuja finalidade é a de discorrer sobre autoestima	8 postagens
Publicidade	Propaganda de uma marca, item ou serviço	7 postagens
Informação	Informações a respeito de sexo, menstruação, infecções sexualmente transmissíveis, câncer de mama, entre outras temáticas que se enquadram na especialidade médica da influenciadora	7 postagens
Divulgação de perfis de mulheres negras	Postagens apresentam perfis de influenciadoras digitais não brancas.	3 postagens

Entre as postagens mais curtidas de Marcela, destacam-se:

Figura 1 - Imagem do Instagram de Marcela - 478 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_xWDntlgK3/. Postado em: 4 de maio de 2020. Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

Figura 2 - Imagem do Instagram de Marcela - 484 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CAS3M6tlhg7/?img_index=1. Postado em: 17 de maio de 2020; Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 3 - Imagem do Instagram de Marcela - 492 mil curtidas



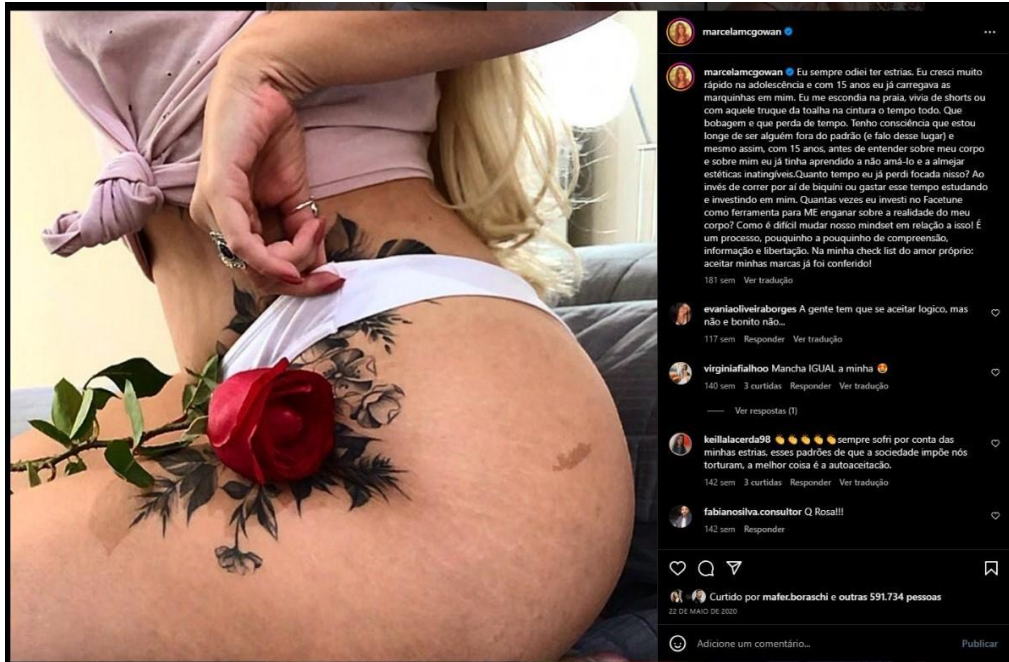
Fonte: https://www.instagram.com/p/B_IJruJlthT/. Postado em 29 de abril de 2020. Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

Figura 4 - Imagem do Instagram de Marcela - 512 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CBGWw8blcSs/?img_index=1. Postado em: 6 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 5 - Imagem retirada do Instagram de Marcela - 592 mil curtidas



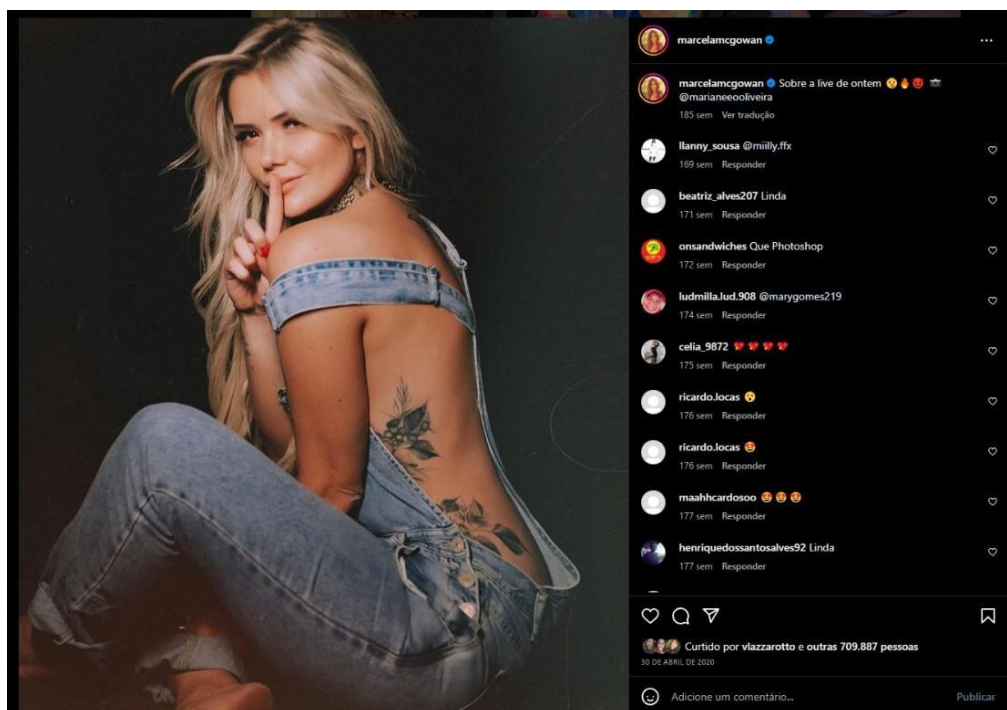
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CAgQVzglqn0/>. Postado em: 22 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 6 - Imagem do Instagram de Marcela - 674 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CC3neZIFV7E/?img_index=1. Postado em: 20 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 7 - Imagem do Instagram de Marcela -709 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_nHBUiFAqE/. Postado em: 30 de abril de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 8 - Imagem do Instagram de Marcela - 731 mil curtidas



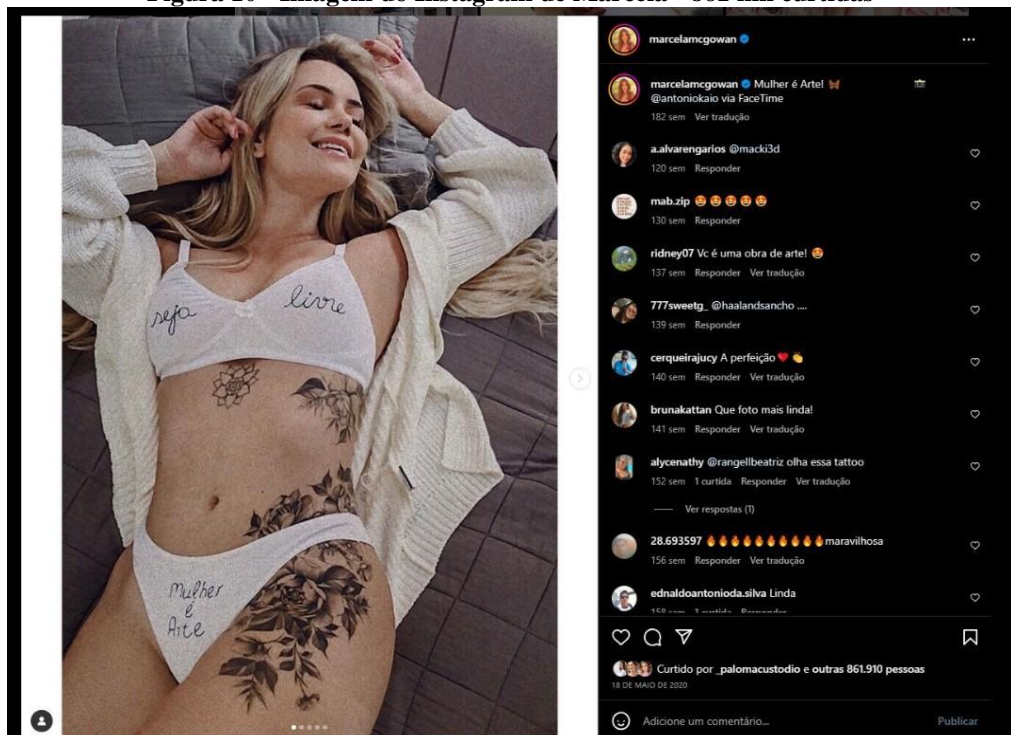
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CHoJacuY1j/>. Postado em: 15 de novembro de 2020. Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

Figura 9 - Imagem do Instagram de Marcela - 772 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDtv1ATF49H/?img_index=1. Postado em: 10 de agosto de 2020. Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

Figura 10 - Imagem do Instagram de Marcela - 861 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CAVrma0IY4i/?img_index=5. Postado em 18 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

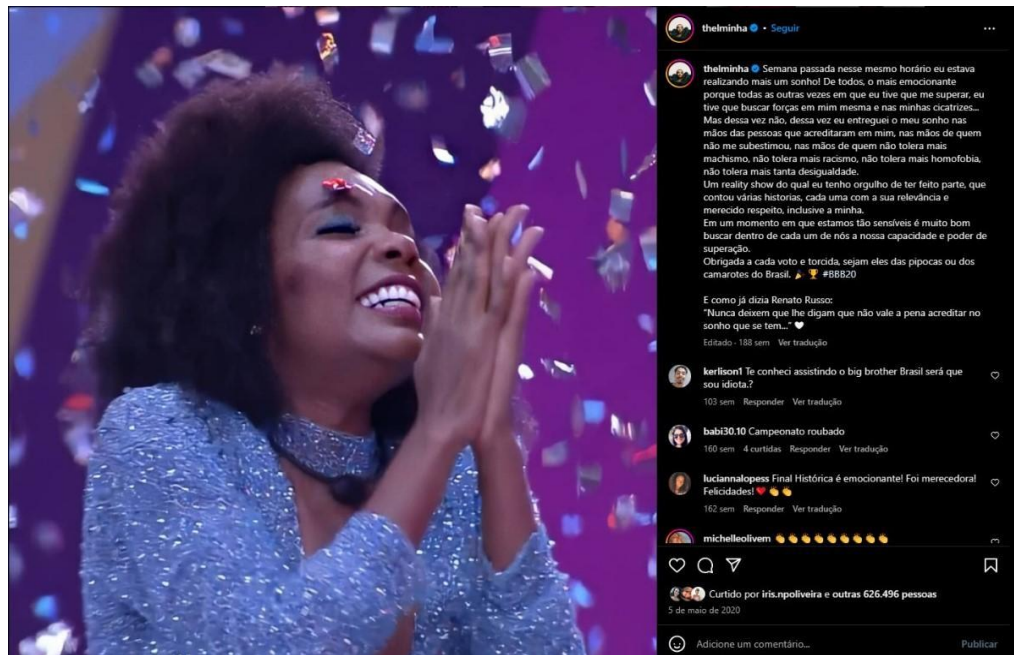
As postagens de Thelma também foram analisadas e divididas em categorias, sendo elas: **1. Temas variados** - essa categoria engloba ensaios fotográficos da influenciadora,

memórias de vivências que ela quer compartilhar com o seu público, homenagem a uma pessoa querida, entre outros. As postagens são acompanhadas de legendas breves, como por exemplo: um *emoji* ou uma frase de efeito que expresse algum sentimento, crença ou vivência do momento; **2. Divulgação de trabalho** - a finalidade dessas postagens é a de apresentar para os seguidores um projeto ou trabalho realizado pela influenciadora; **3. Publicidade** - essas postagens são sinalizadas no perfil como publicidade e contém a propaganda de alguma marca, item ou serviço; **4. Ação solidária** - são postagens de divulgação de alguma ação sendo realizada por uma ONG ou empresa na finalidade de ajudar pessoas, animais ou o meio ambiente; **5. Protesto** - publicações que manifestam a insatisfação da influenciadora com problemas existentes na sociedade; **6. Reflexão** - são publicações de teor reflexivo compostas por imagens e legendas que ilustram o conteúdo a ser analisado.

Tabela 2 - Categorização das postagens encontradas no perfil de Thelma Assis (@thelminha)

CATEGORIA	CONTEÚDO	POSTAGENS
Temas variados	Ensaios fotográficos da influenciadora, memórias de vivências que ela quer compartilhar com o seu público, homenagem a uma pessoa querida, entre outros.	48 postagens
Divulgação de trabalho	Apresentar um projeto ou trabalho realizado pela influenciadora	30 postagens
Publicidade	Propaganda de alguma marca, item ou serviço	8 postagens
Ação solidária	Divulgação de alguma ação sendo realizada por uma ONG ou empresa na finalidade de ajudar pessoas, animais ou o meio ambiente	6 postagens
Protesto	Manifestar insatisfação com problemas existentes na sociedade	2 postagens
Reflexão	Publicações de teor reflexivo	2 postagens

Figura 11 - Imagem do Instagram de Thelma - 626 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_ypRg_p5PZ/. Postado em: 5 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 12 - Imagem do Instagram de Thelma - 651 mil curtidas



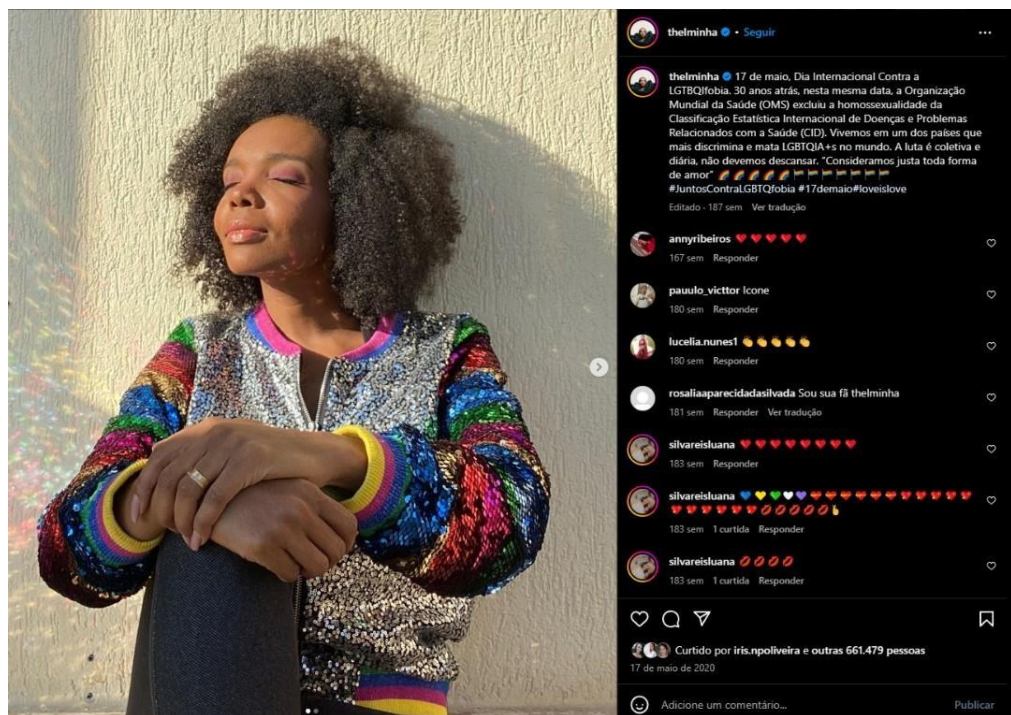
Fonte: https://www.instagram.com/p/CAIs-D3AKTK/?img_index=1. Postado em: 13 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 13 - Imagem do Instagram de Thelma - 661 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_kkosnrtp/?img_index=1. Postado em: 29 de abril de 2020.
Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

Figura 14 - Imagem do Instagram de Thelma - 661 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CATPR9tA7pq/?img_index=1. Postado em: 17 de maio de 2020.
Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

Figura 15 - Imagem do Instagram de Thelma - 708 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/CAAv99zAGN-/?img_index=1. Postado em: 10 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 16 - Imagem do Instagram de Thelma - 822 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_7fhXqATZ1/. Postado em: 8 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 17 - Imagem do Instagram de Thelma - 945 mil curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_vlUcyJS0b/?img_index=1. Postado em: 3 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 18 - Imagem do Instagram de Thelma - 1 milhão de curtidas



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_nsfHMpqnX/. Postado em: 30 de abril de 2020. Acesso em: 19 de fevereiro de 2024.

A partir da exposição das dez postagens mais curtidas de cada uma das influenciadoras, pretende-se realizar aqui uma breve ilustração das características de cada um dos perfis. Em ambos os casos, observa-se que as imagens de Thelma e de Marcela se fazem presentes em todas as postagens. No caso de Marcela, é possível averiguar uma maior frequência de registros nos quais há exposição de seu corpo, assim como acontece nas figuras 4, 5, 6, 8, 9 e 10.

Em quatro das seis figuras apontadas, há um teor reflexivo que acompanha a imagem. Na postagem da figura 4, a influenciadora se posiciona em frente ao espelho como se estivesse escrevendo um recado com batom: “Você é linda! A sociedade que é uma merda!” A frase é repetida na legenda com a sinalização de que se trata de um lembrete diário; através do conteúdo presente nesta publicação, é possível assumir que a influenciadora tenta passar para suas seguidoras uma ideia de auto aceitação e amor próprio.

Essa questão se faz presente novamente na imagem da figura 5. Marcela está usando uma camiseta amarrada na altura do umbigo e uma roupa íntima que expõe suas estrias. Na dobra de sua perna, há uma rosa vermelha e a imagem apresenta apenas a região de seu quadril. Na legenda, há um texto reflexivo acerca do desconforto que sentia por contas das marcas de estrias, da dificuldade que apresentava para gostar de seu corpo e da maneira como ele é e que tem a consciência de que é uma mulher que se encaixa nos padrões estéticos aceitos socialmente. Marcela finaliza assinalando que já é capaz de aceitar suas marcas, como um ato de amor-próprio.

Na figura 9, a influenciadora está posando de biquíni e em sua coxa, consta a mensagem: “Meu corpo faz mais por mim do que a sua opinião!”. Na legenda, Marcela discorre a respeito da maneira como os comentários realizados por pessoas importantes de sua vida repercutiram no desenvolvimento de uma relação complexa com o seu próprio corpo e a sua alimentação. A médica assinala que, a partir de um processo de desconstrução, pode entender que a opinião de outras pessoas acerca de seu corpo não deve ser capaz de afetá-la. Marcela finaliza perguntando como seus seguidores lidam com situações desse tipo e se os comentários realizados por familiares são capazes de afetá-los, assim como acontecia com ela. Através dos elementos presentes nesta postagem, é possível averiguar que, novamente, trata-se de uma publicação visando promover a autoaceitação e o amor-próprio.

Na imagem 10, há um registro da influenciadora de *lingerie* em que, no sutiã está escrito “seja livre” e na calcinha “mulher é arte”. A legenda apenas repete: “mulher é arte” e oferece os créditos ao fotógrafo responsável pelo registro. A partir dos componentes identificados na

postagem, também há a sugestão de uma promoção da liberdade feminina, bem como da autoaceitação.

Já no caso das postagens de Thelma, as imagens das figuras 11, 14 e 20 dispõem de um caráter reflexivo, com discussões que se assemelham em termos de conteúdo. A postagem da figura 11 é composta por uma imagem da médica no momento em que a sua vitória no programa televisivo ocorre. A legenda conta com texto escrito em primeira pessoa, indicando que seja uma produção realizada por Thelma. A médica discorre sobre a importância de acreditar em sua própria capacidade e poder de superação para que seu sonho (ganhar o reality show) se concretizasse. A influenciadora também agradece o apoio dos indivíduos que a apoiaram, enfatizando que se tratam de indivíduos que não toleram mais machismo, racismo, homofobia ou qualquer outra forma de desigualdade.

A postagem da figura 20 contém uma arte com uma imagem do perfil da influenciadora na qual ela está em um fundo amarelo e seu cabelo é decorado com girassóis. A legenda, escrita em terceira pessoa, sugere que o texto tenha sido escrito pela equipe responsável por gerenciar o perfil da médica enquanto ela estava confinada no programa. Ao longo de sua trajetória no reality show, Thelma foi caracterizada pelos telespectadores/internautas como “planta” - termo utilizado para nomear participantes que se posicionam pouco a respeito de ocorrência na rotina do programa televisivo. Esse termo é ressignificado na legenda ao ser colocado que: “[...] Planta tem raízes, dá frutos e é o que alimenta a vida! [...]”. O texto também remete às questões compartilhadas pela médica em conversa com outros participantes sobre as dificuldades que enfrentou ao longo de sua formação acadêmica, chama atenção para a sua beleza, o seu “sorriso no rosto”. Ao final do texto, é citado que o Brasil acaba de ter uma mulher preta milionária. - sugerindo que essa era uma vitória coletiva.

Na figura 14, também é possível diagnosticar o caráter reflexivo, uma vez que a influenciadora discorre acerca da luta contra a homofobia, assinalando o caráter coletivo desse movimento. As postagens referentes às figuras 15, 16 e 19 são sinalizadas como publicidade. Todas as publicações são contempladas por produções textuais que contém breves reflexões acerca da temática exposta.

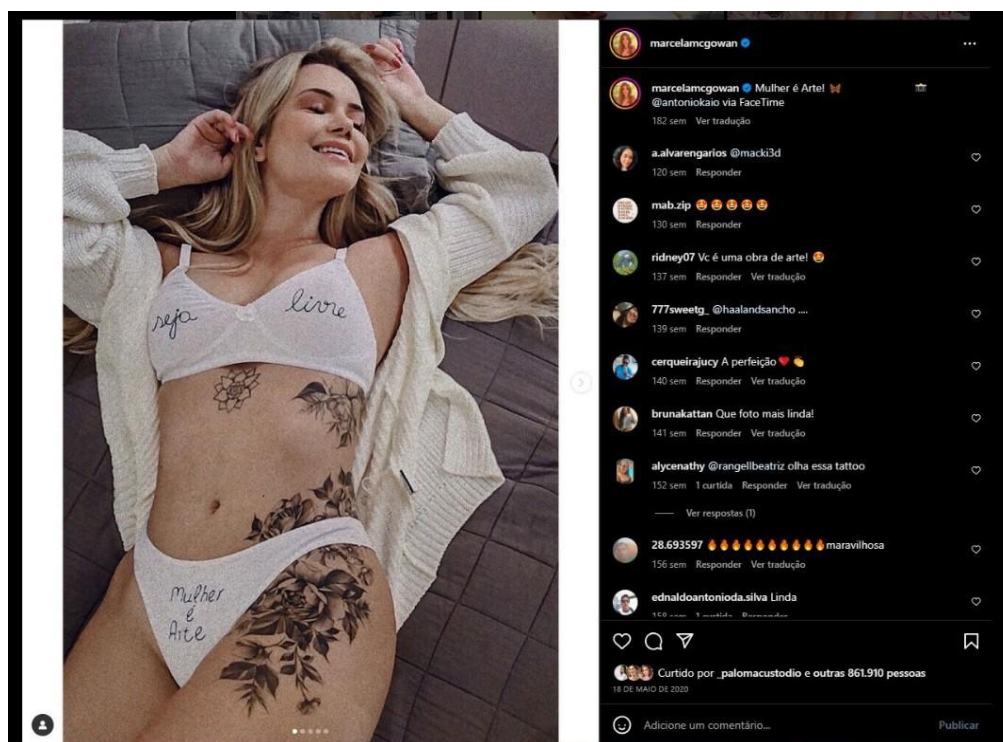
Assim como foi assinalado anteriormente, as postagens expostas ao longo dessa seção tem como objetivo fornecer uma breve ilustração dos perfis de cada uma das influenciadoras. Na próxima seção, serão apresentadas as postagens que discutem temáticas relacionadas ao empoderamento feminino, ao uso do corpo, o poder, a força, a resistência, a luta e aos direitos. Também

4.3 - Empoderamento e Branquitude nas postagens de Marcela e Thelma

Nessa seção, será examinado se a expressão do empoderamento está associada à lógica da branquitude e averiguado se a discussão em torno do empoderamento se associa à exposição e sensualização do corpo feminino. Por fim, será realizada a análise e discussão dos conteúdos selecionados a partir do referencial teórico proposto nesta pesquisa.

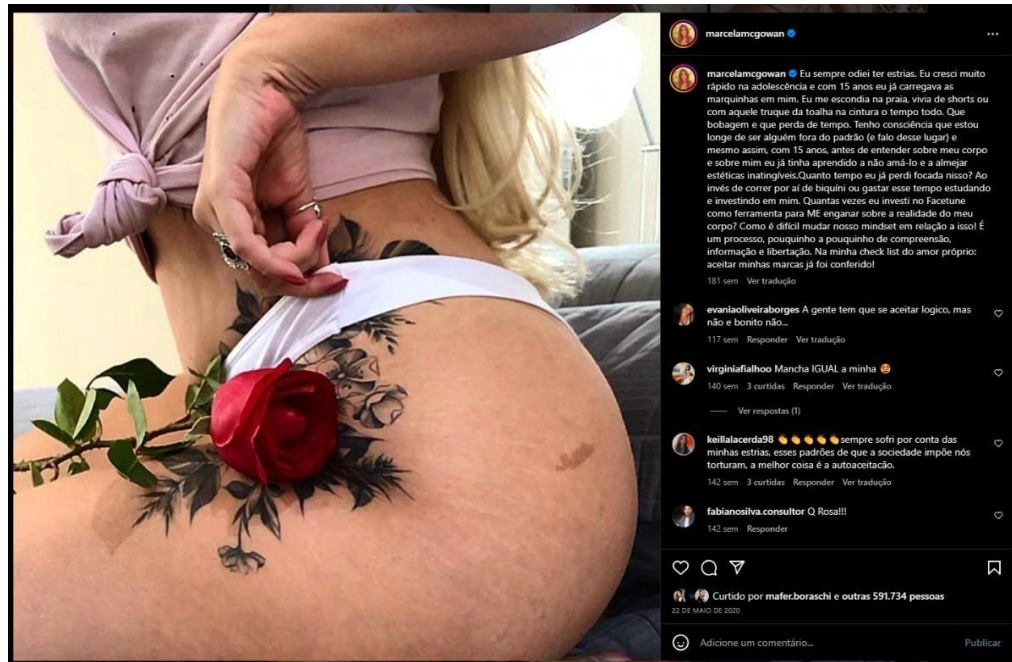
Dessa maneira, já é possível apresentar aqui as postagens que discutem temáticas relacionadas ao empoderamento, corpo, poder, força, resistência, luta, direitos, entre outros temas que se associam com debates provenientes de movimentos feministas. No perfil de Marcela, foram localizadas as seguintes postagens:

Figura 10 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CAVrma0IY4i/?img_index=1. Postado em: 18 de maio. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 5 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CAgQVzglqn0/>. Postado em: 22 de maio de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 4 - Imagem do Instagram de Marcela



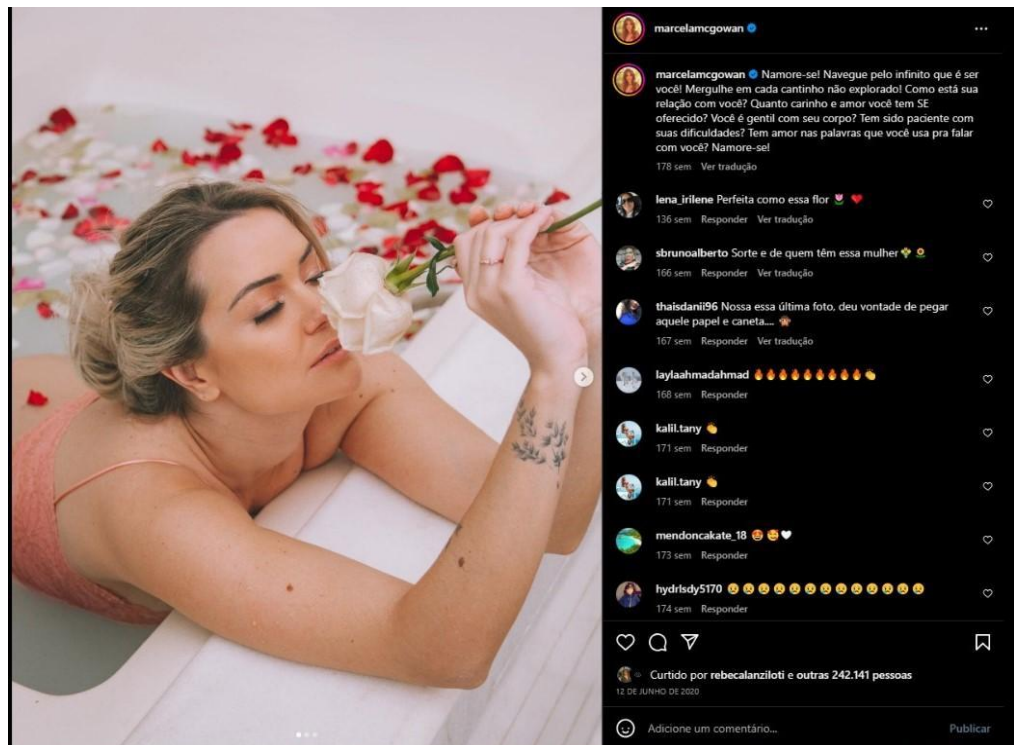
Fonte: https://www.instagram.com/p/CBGWw8blcSs/?img_index=1. Postado em: 8 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 21 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBOB3GVFPBV/>. Postado em: 9 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 22 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CBVtNJ-Fiur/?img_index=1. Postado em: 12 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 23 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CBeb1dTDLN7/>. Postado em: 12 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 24 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CBx9qIQInoe/?img_index=1. Postado em: 23 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 25 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CB9BimllLuj/?img_index=1. Postado em: 27 de junho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 26 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CCd2UIulb_8/?img_index=1. Postado em: 10 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024.

Figura 27 - Imagem do Instagram de Marcela



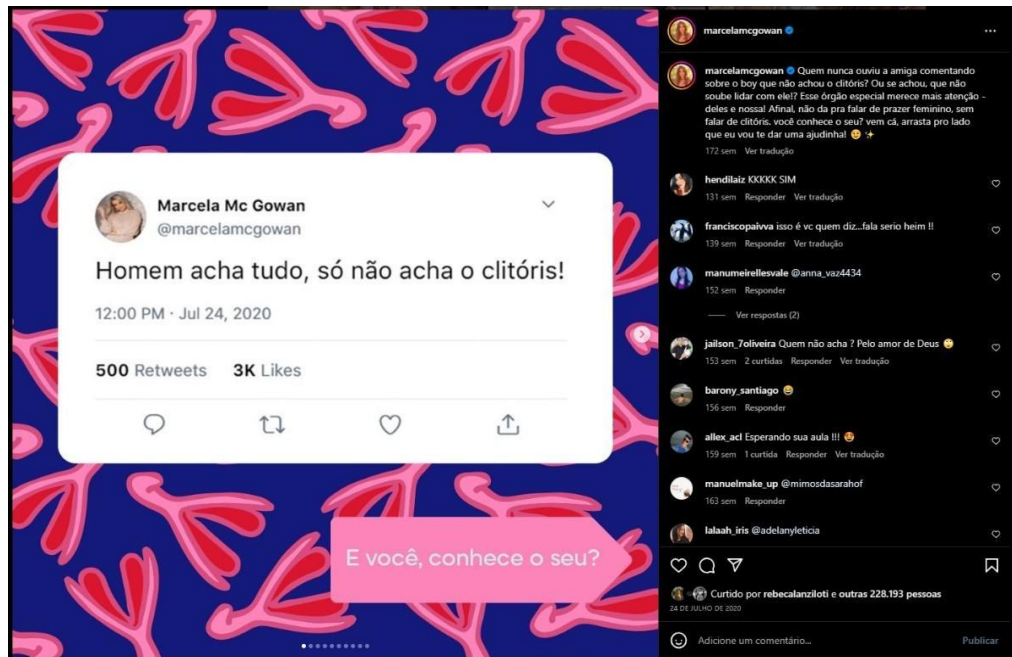
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CCjnNuTlzdK/>. Postado em: 12 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 28 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CCmLvLbFbFU/?img_index=1. Postado em: 13 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 30 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDB4pBRIEqq/?img_index=1. Postado em: 24 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 31 - Imagem do Instagram de Marcela



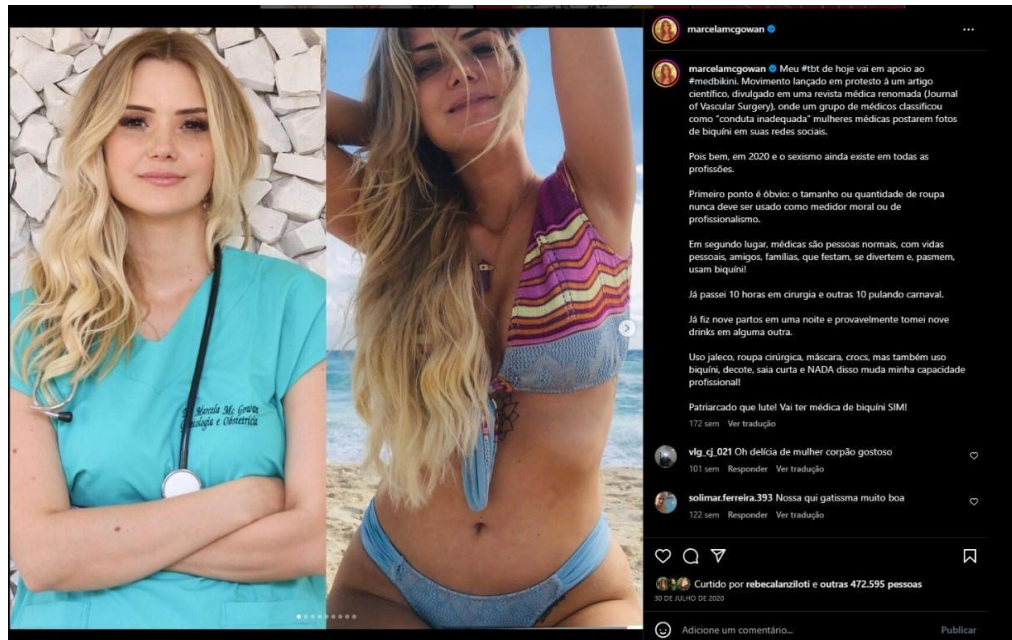
Fonte: https://www.instagram.com/p/CDHDA5slnDa/?img_index=1. Postado em: 26 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 32 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CDJkthqFuD6/>. Postado em: 27 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 33 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDR5-UulaDU/?img_index=1. Postado em: 30 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 34 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDT3Jb4l-GN/?img_index=1. Postado em: 31 de julho de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 35 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDZEJADF2LR/?img_index=1. Postado em: 2 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 36 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDZbbnTIHao/?img_index=1. Postado em: 2 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 37 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDeS7z2FaZq/?img_index=1. Postado em: 4 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 9 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDtv1ATF49H/?img_index=1. Postado em: 10 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 38 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CD4AYjkl6Uq/?img_index=1. Postado em: 14 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 39 - Imagem do Instagram de Marcela



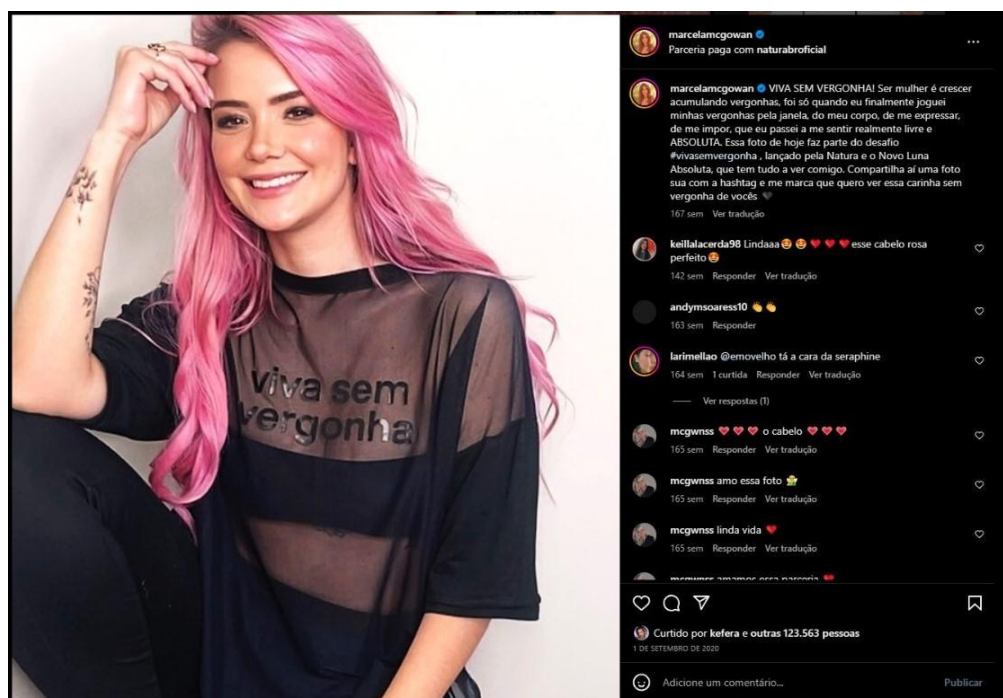
Fonte: https://www.instagram.com/p/CD_x3IVF-IM/?img_index=1. Postado em: 17 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 40 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CEKn5bgIMqI/>. Postado em: 21 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 41 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CEm7hvFltE1/>. Postado em: 21 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 42 - Imagem do Instagram de Marcela



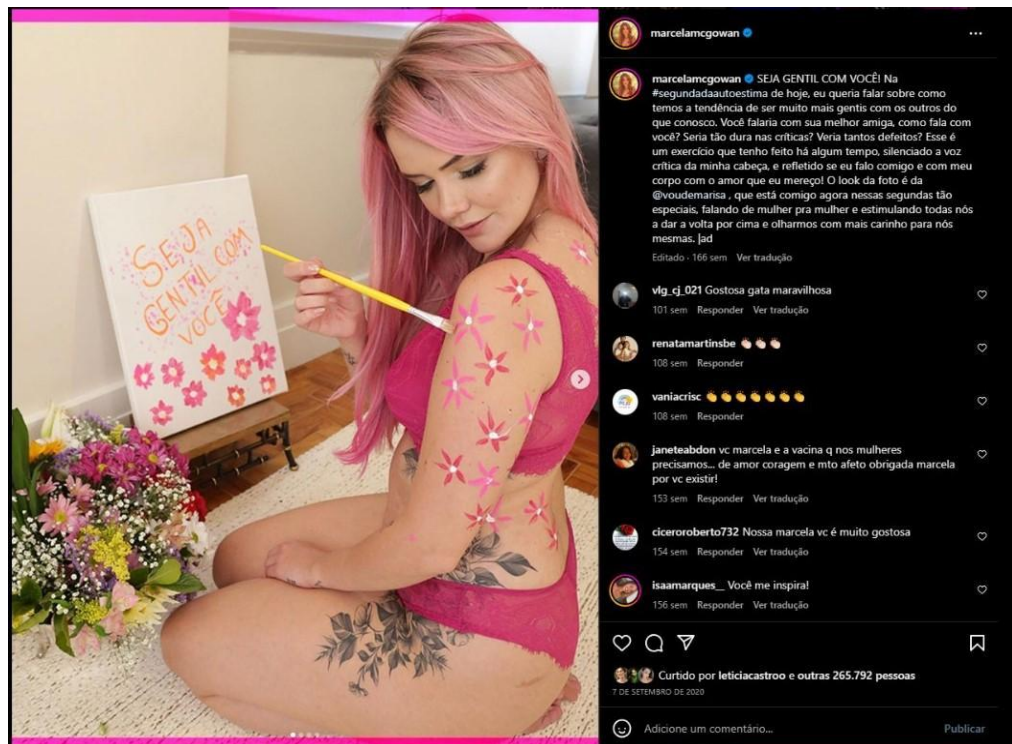
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CENT9XyFvIE/>. Postado em: 22 de agosto de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 43 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CEsak8xF2mV/?img_index=1. Postado em: 3 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 44 - Imagem do Instagram de Marcela



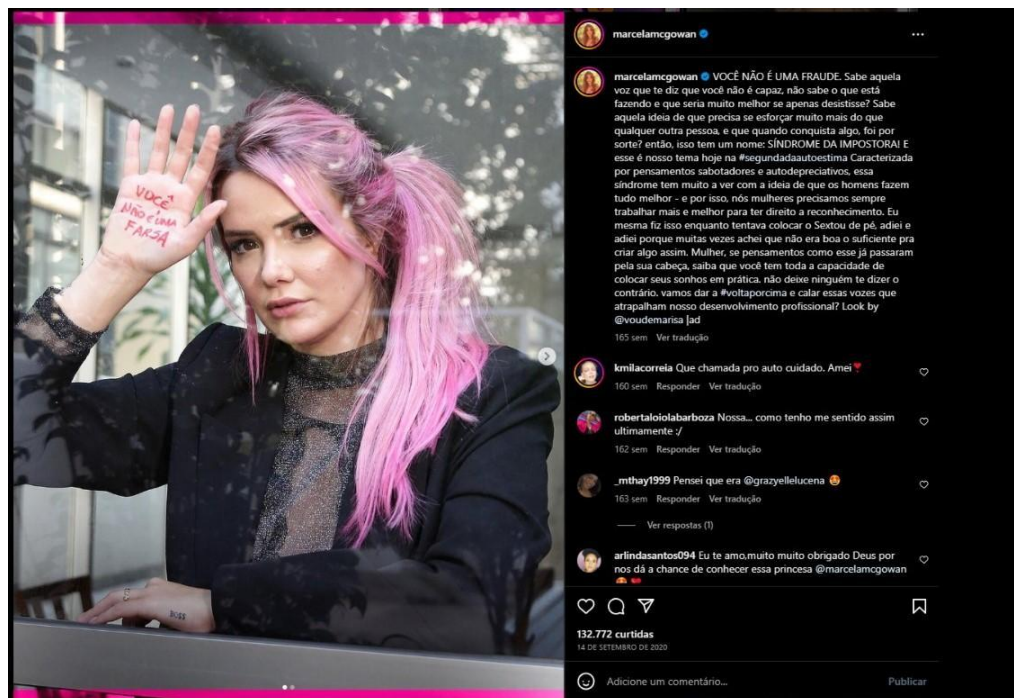
Fonte: https://www.instagram.com/p/CE2AtJrFu_K/?img_index=1. Postado em: 3 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 45 - Imagem do Instagram de Marcela



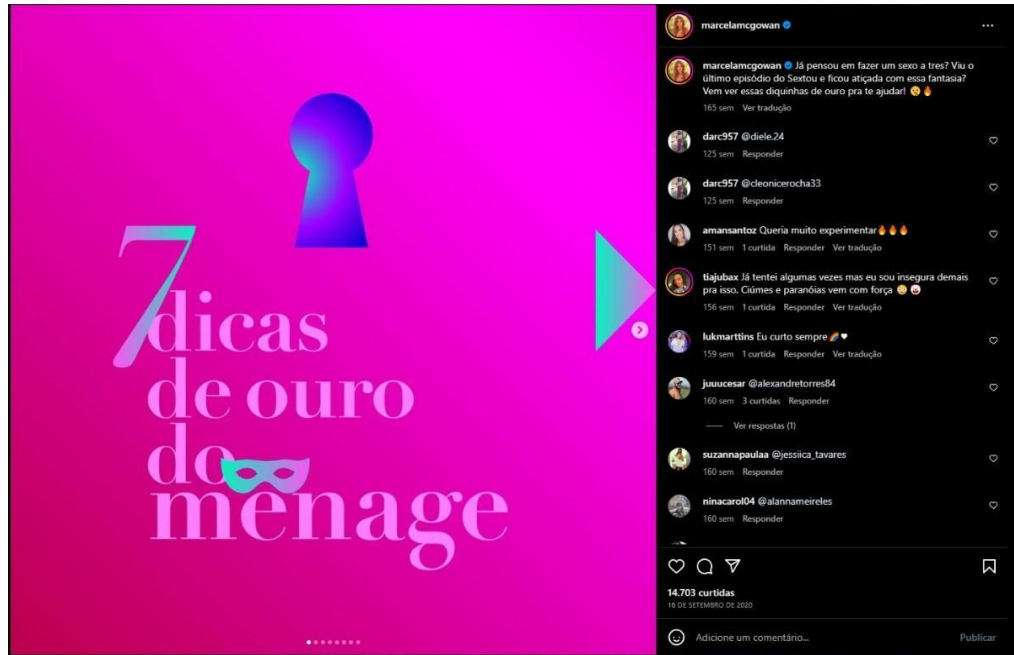
Fonte: https://www.instagram.com/p/CE-JXeOl_tS/. Postado em: 10 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 46 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CFHwfz0IWBL/?img_index=1. Postado em: 10 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 47 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CFNoTQMFnK3/>. Postado em: 16 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 48 - Imagem do Instagram de Marcela



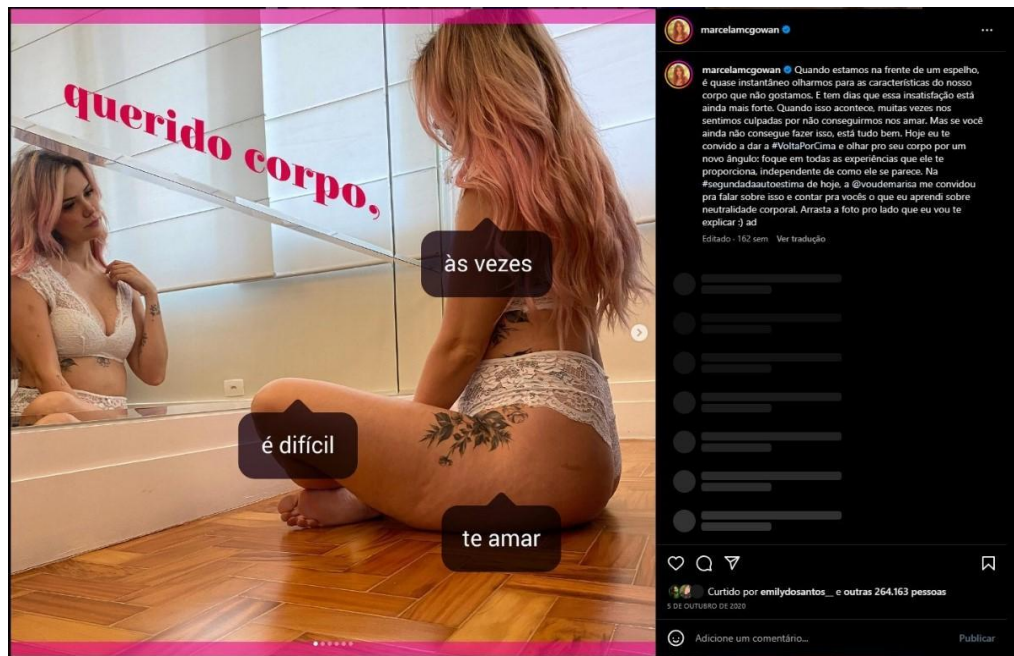
Fonte: https://www.instagram.com/p/CFZ3b3pFR8l/?img_index=1. Postado em: 21 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 49 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CFzfj0GFYHv/?img_index=1. Postado em: 21 de setembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 50 - Imagem do Instagram de Marcela



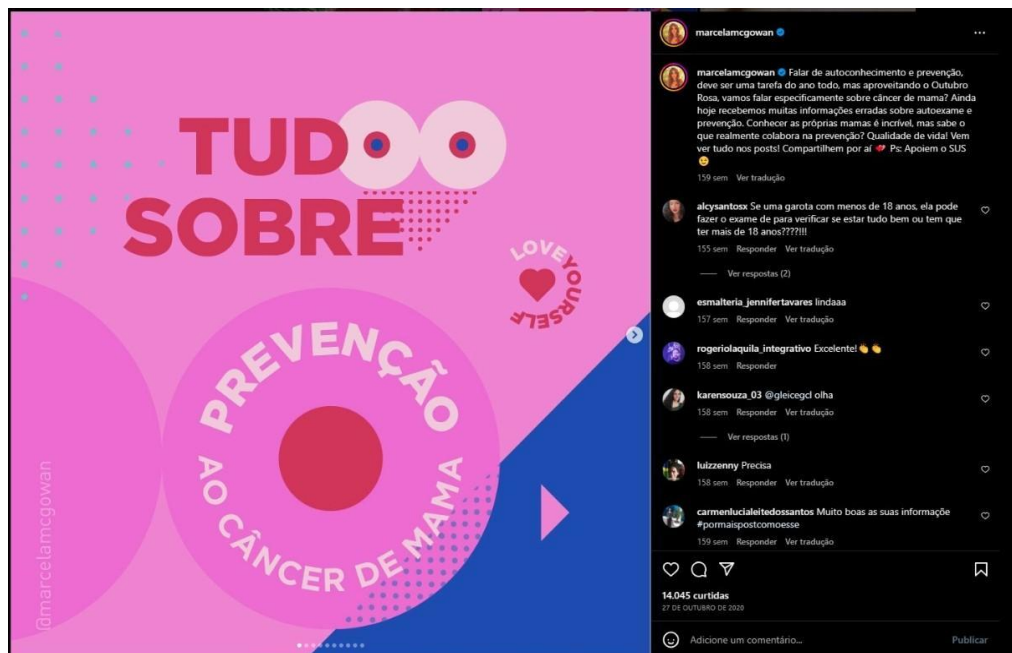
Fonte: https://www.instagram.com/p/CF-fj6vFSaF/?img_index=1. Postado em: 5 de outubro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 53 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CGcWHYuF60s/?img_index=1. Postado em: 17 de outubro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 54 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CG2jNRYIXtd/?img_index=1. Postado em: 27 de outubro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 55 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CG-SqsKlnqE/?img_index=1. Postado em: 30 de outubro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 56 - Imagem do Instagram de Marcela



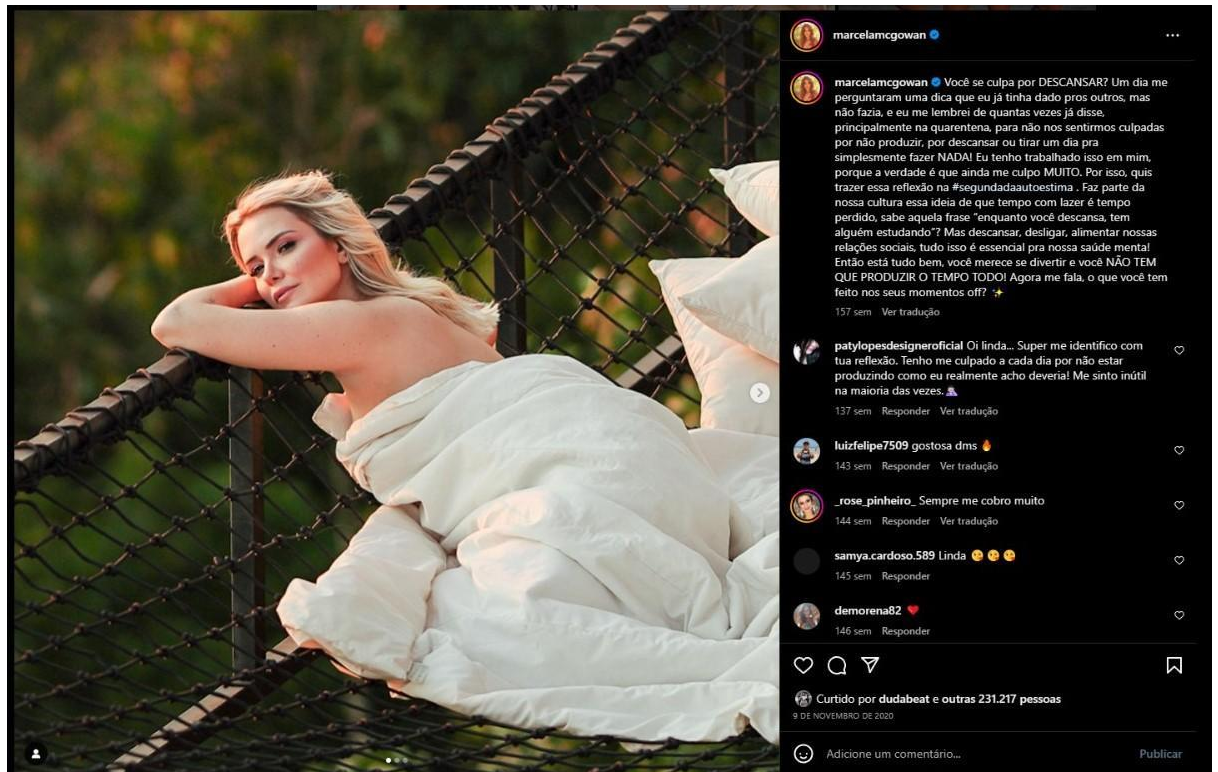
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CHQP6kXFQvO/>. Postado em: 5 de novembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 57 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CHS7fFvIPMg/?img_index=1. Postado em: 7 de novembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 58 - Imagem do Instagram de Marcela



Fonte: https://www.instagram.com/p/CHX-EeEF9XR/?img_index=1. Postado em: 9 de novembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 59 - Imagem do Instagram de Marcela



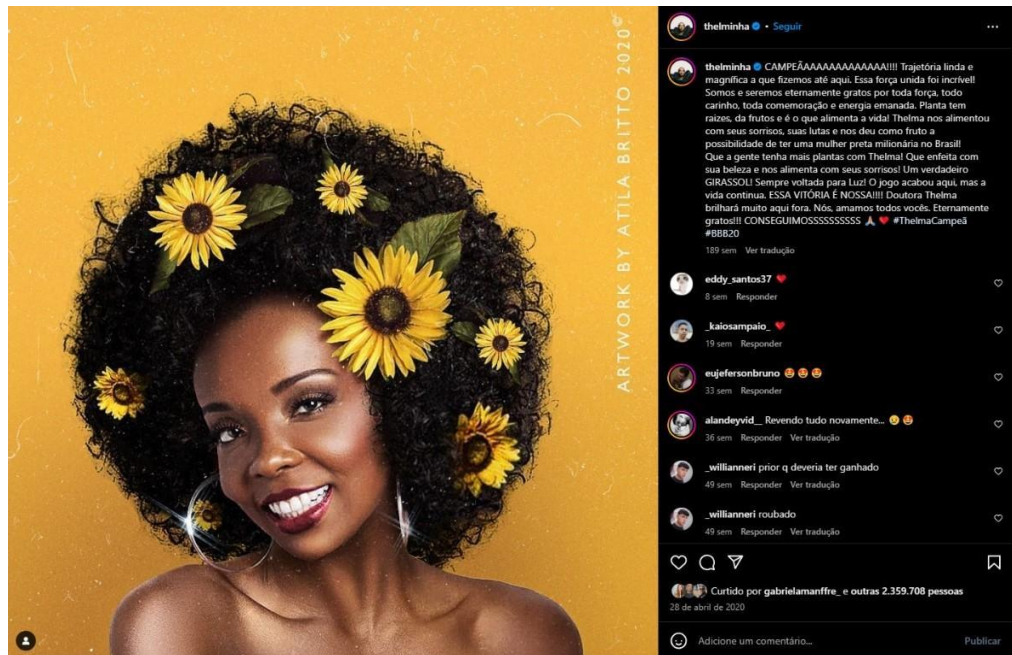
Fonte: https://www.instagram.com/p/CHqAyeDIWuv/?img_index=1. Postado em: 16 de novembro de 2020. Acesso em 19 de fevereiro de 2024

Figura 60 - Imagem do Instagram de Marcela



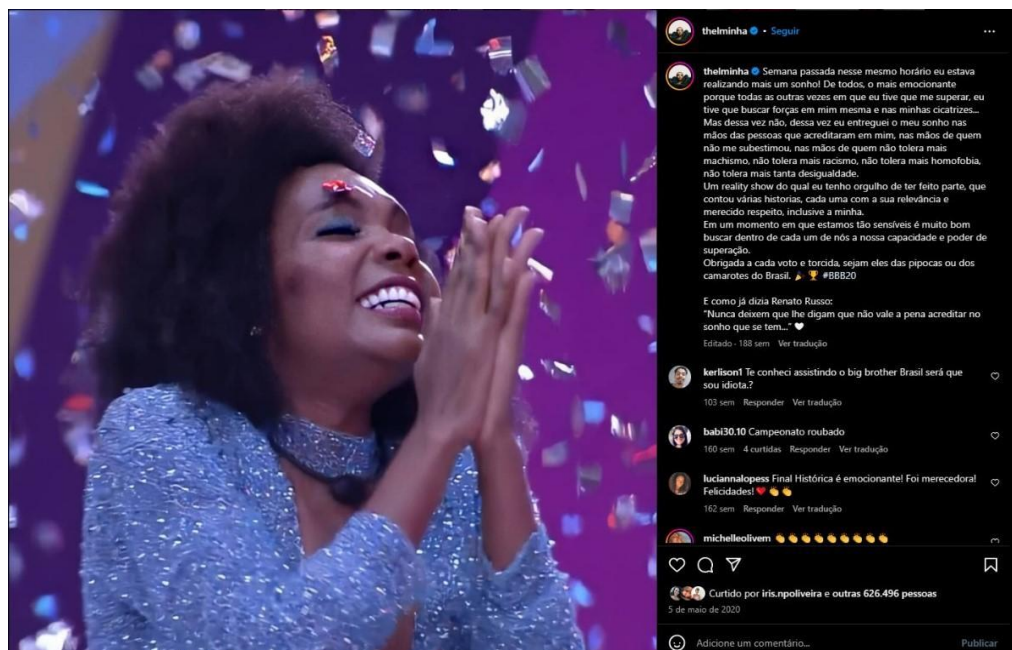
Fonte: https://www.instagram.com/p/CH0UUv9FNvV/?img_index=1. Postado em: 16 de novembro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 20 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/B_gk07JJT_N/. Postado em: 28 de abril de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 11 - Imagem do Instagram de Thelma



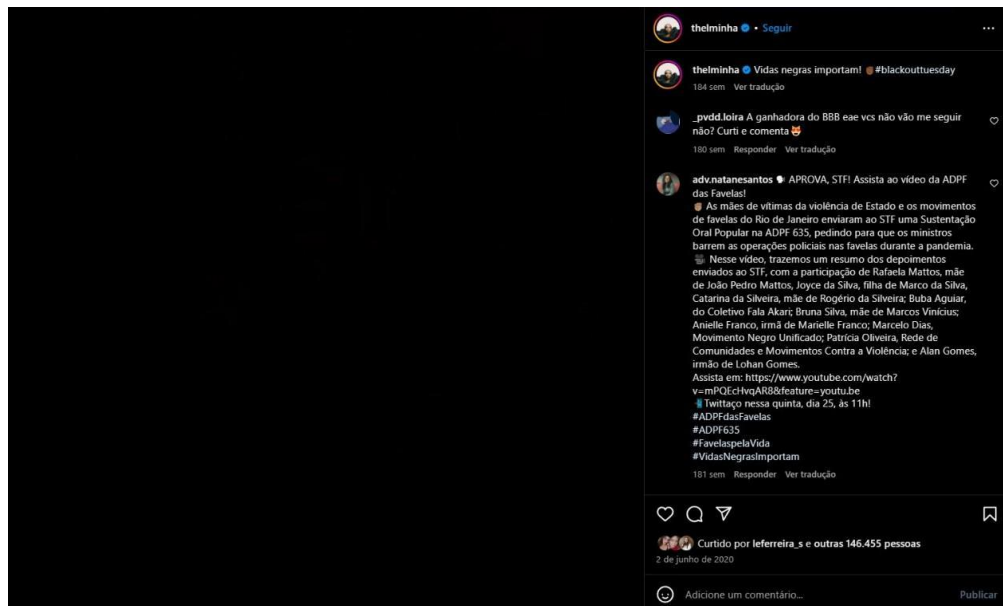
Fonte: https://www.instagram.com/p/B_ypRg_p5PZ/. Postado em: 5 de maio de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 62 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CAtsEv7p8kB/>. Postado em: 27 de maio de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 63 - Imagem do Instagram de Thelma



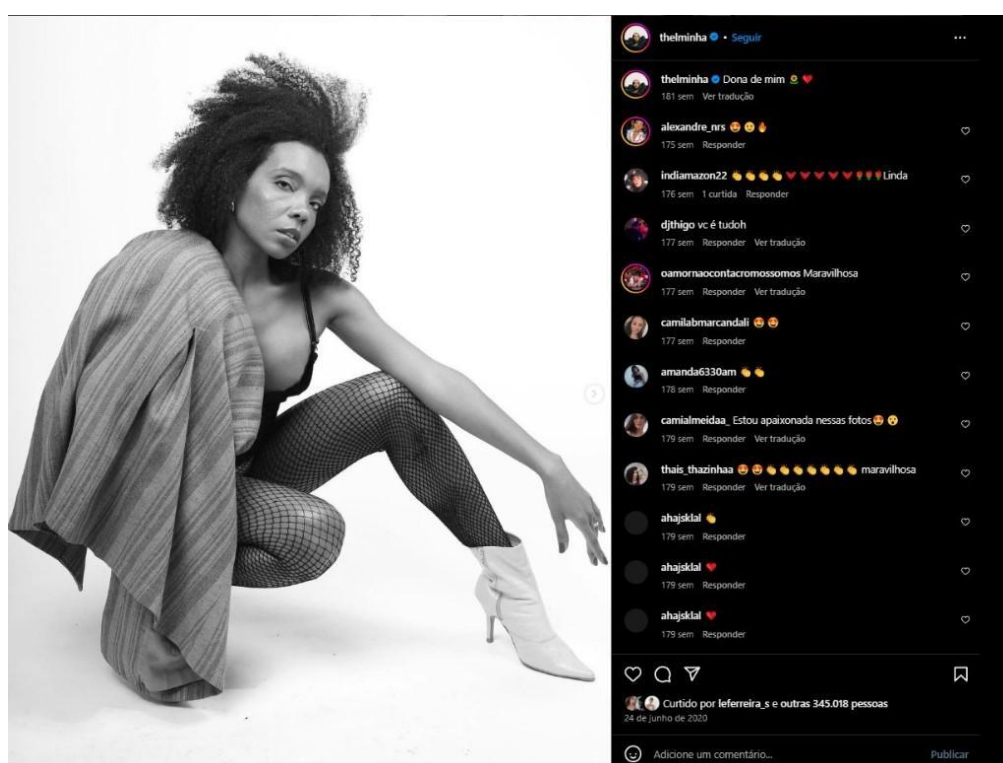
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CA75itDpt8M/>. Postado em: 2 de junho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 64 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CA-gOrBJpT/>. Postado em: 3 de junho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 65 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CB1f-0NpAFV/?img_index=1. Postado em: 24 de junho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 66 - Imagem do Instagram de Thelma



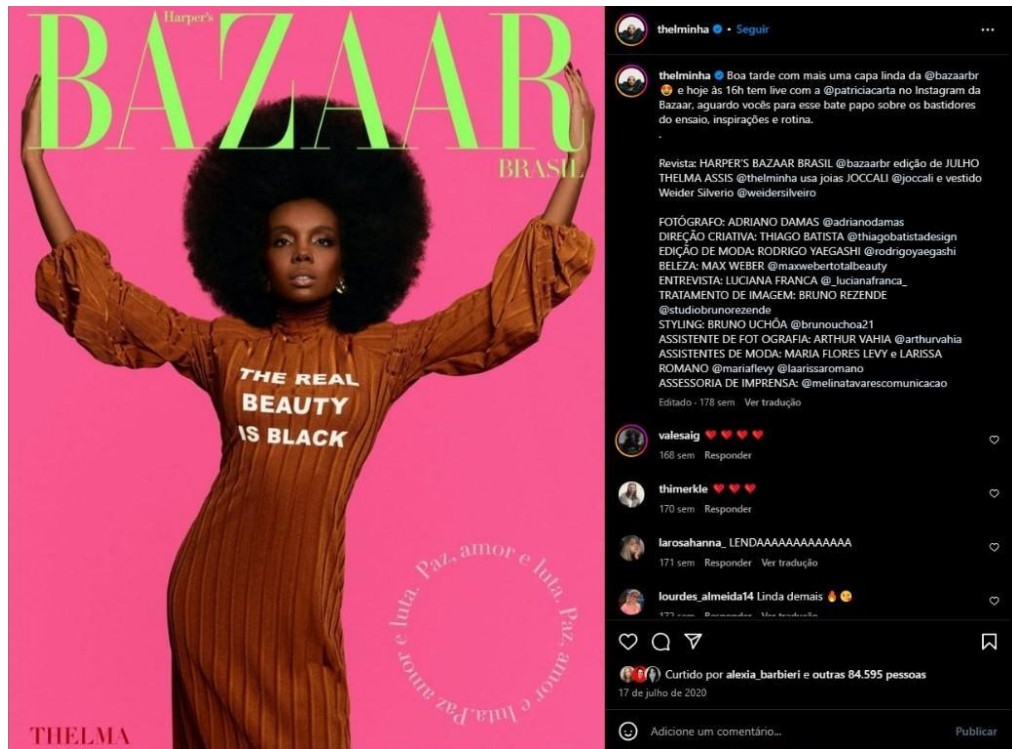
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CB8xqF3JjRP/>. Postado em: 27 de junho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 67 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CCmhWDMJaAr/?img_index=1. Postado em: 13 de julho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 68 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CCv1rCxJZDA/>. Postado em: 17 de julho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 69 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CDEc3NIpxoF/>. Postado em: 25 de julho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 70 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CDFJ-yUpmPk/>. Postado em: 25 de julho de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 71 - Imagem do Instagram de Thelma



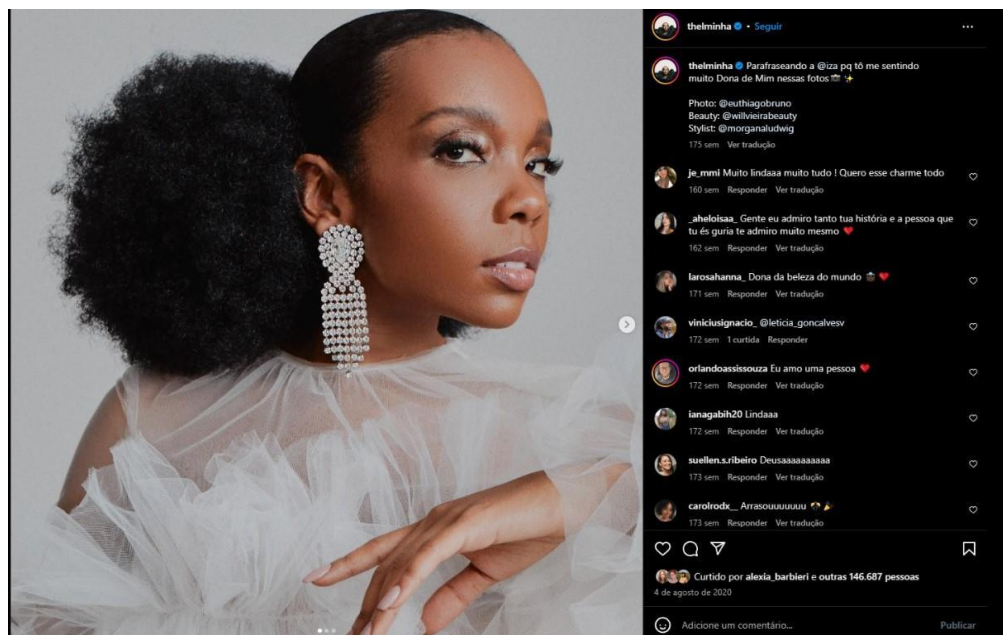
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CDZ4A6YpRCF/>. Postado em: 2 de agosto de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 72 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDemqSpJVu8/?img_index=1. Postado em: 4 de agosto de 2020.
Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 73 - Imagem do Instagram de Thelma



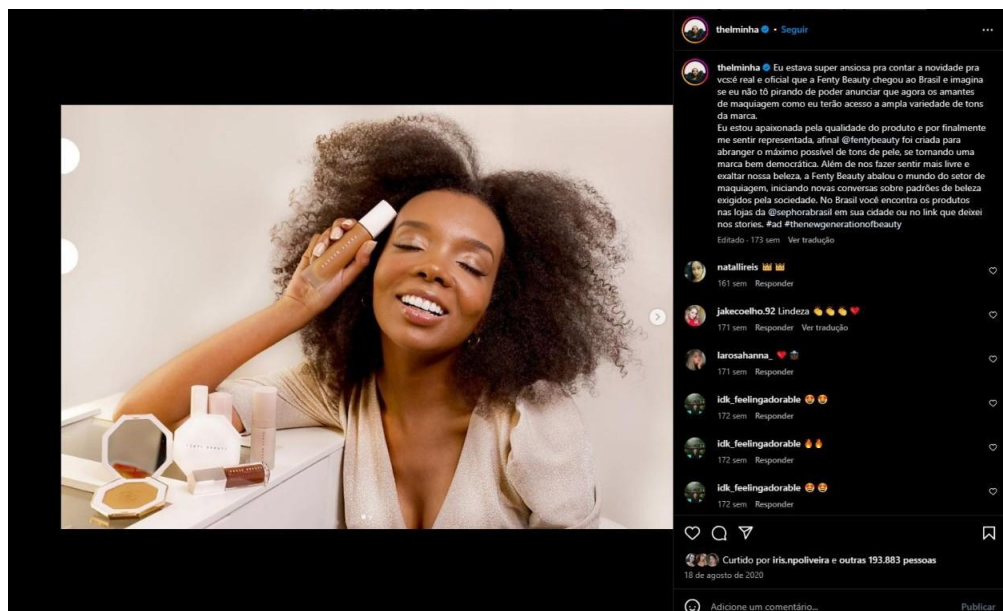
Fonte: https://www.instagram.com/p/CDfK6G9pAQy/?img_index=1. Postado em: 4 de agosto de 2020.
Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 74 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CDpdeV2p4cO/?img_index=1. Postado em: 8 de agosto de 2020.
Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 75 - Imagem do Instagram de Thelma



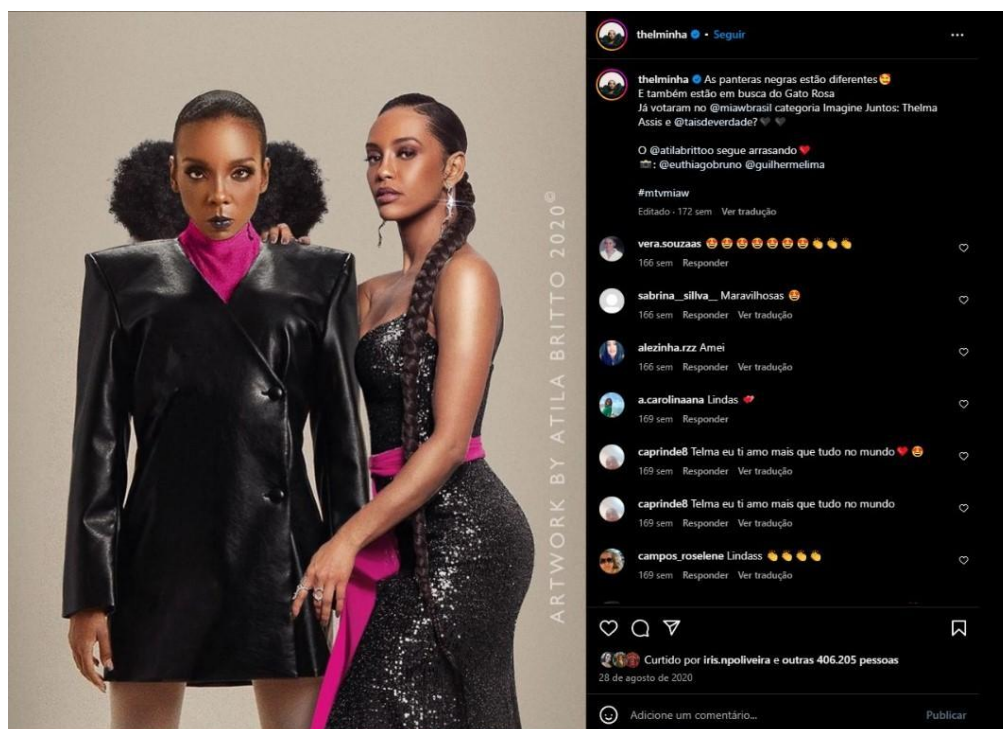
Fonte: https://www.instagram.com/p/CECIJQDJ547/?img_index=1. Postado em: 18 de agosto de 2020.
Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 76 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CEDPqYvpyU8/>. Postado em: 18 de agosto de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 77 - Imagem do Instagram de Thelma



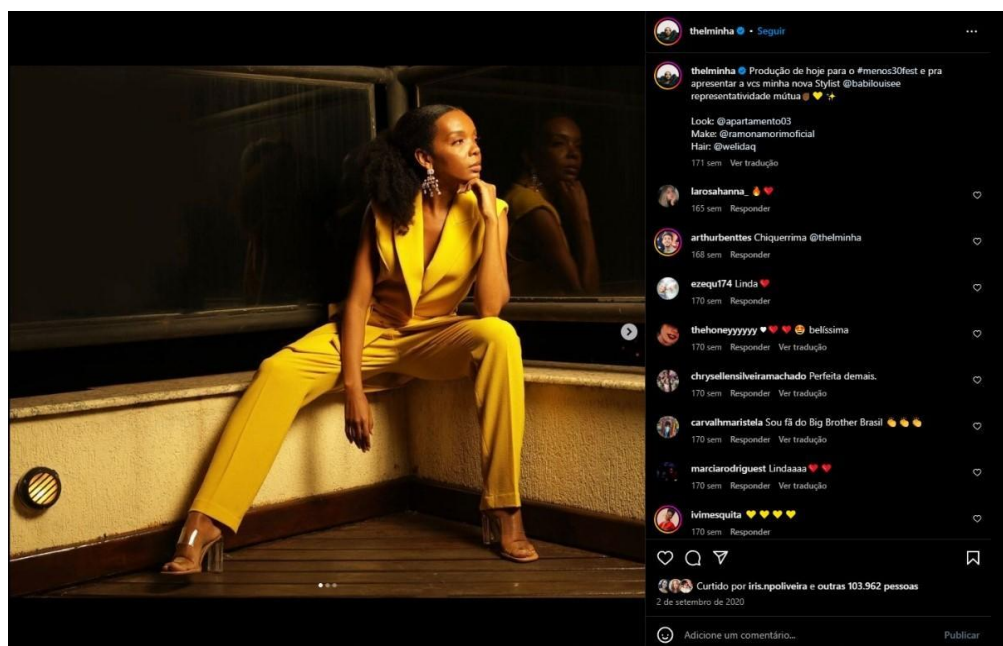
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CEcoUfDp9bK/>. Postado em: 28 de agosto de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 78 - Imagem do Instagram de Thelma



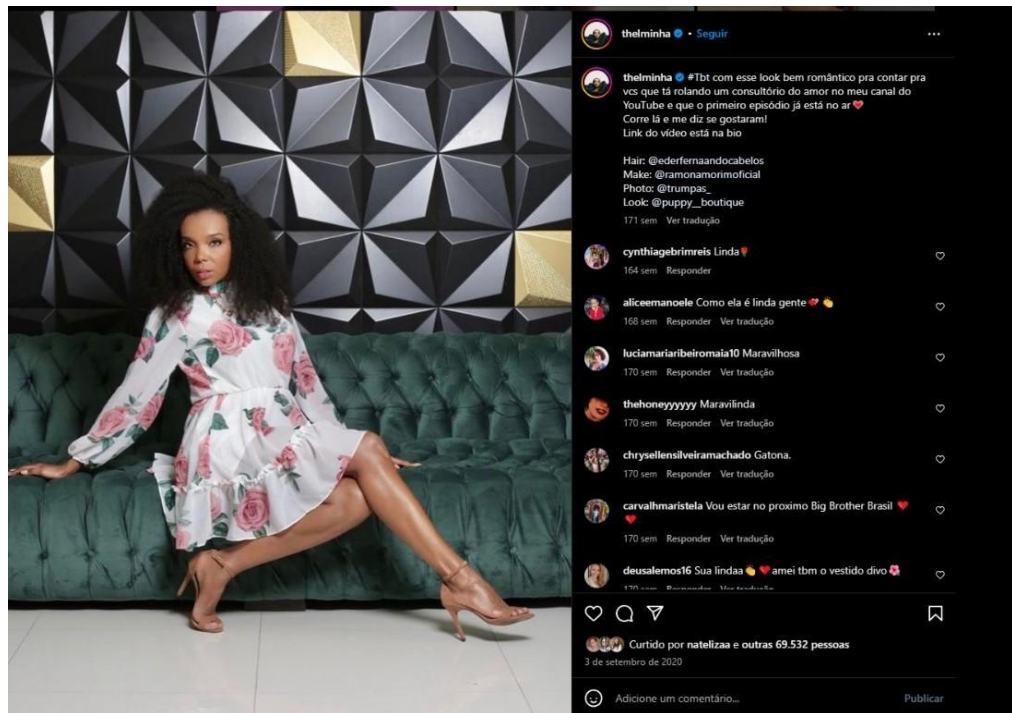
Fonte: https://www.instagram.com/p/CEkF9MQpojD/?img_index=1. Postado em: 31 de agosto de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 79 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CEp8_6-gQD0/?img_index=1. Postado em: 2 de setembro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 80 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CEsZfgdU1Q/>. Postado em: 3 de setembro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 81 - Imagem do Instagram de Thelma



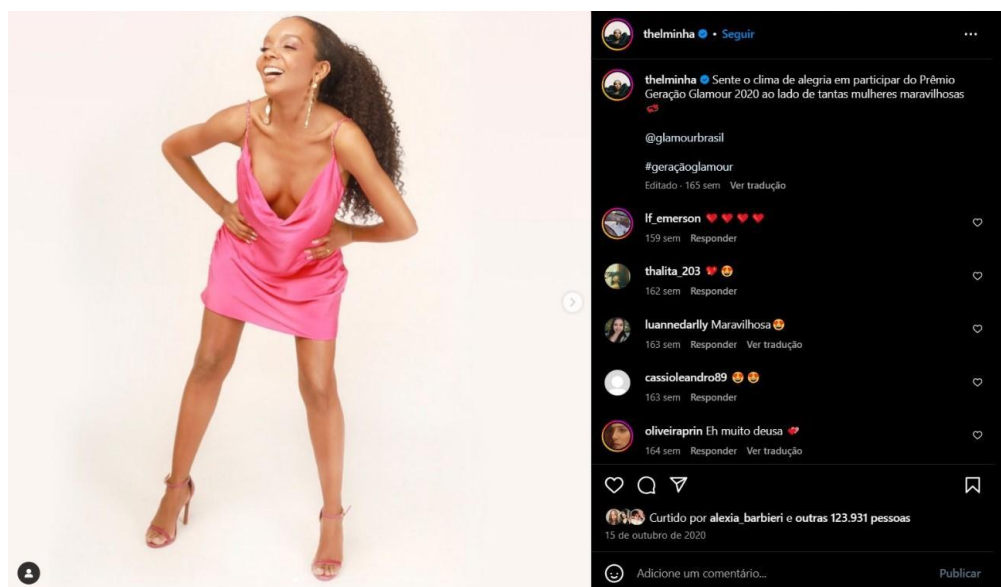
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CFfQOGtASes/>. Postado em: 23 de setembro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 82 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CGWNQSRAc3v/?img_index=1. Postado em: 14 de outubro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 83 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CGYINSJA86Q/?img_index=1. Postado em: 15 de outubro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 84 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: <https://www.instagram.com/p/CGaRHinAmTL/>. Postado em: 16 de outubro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

Figura 85 - Imagem do Instagram de Thelma



Fonte: https://www.instagram.com/p/CGIbULBgyPW/?img_index=1. Postado em: 20 de outubro de 2020. Acesso em 20 de fevereiro de 2024

4.4 - O perfil de Marcela

Assim como foi assinalado previamente, foram registradas 150 postagens no perfil de Marcela McGowan no período de 27 de abril a 27 de outubro de 2020. Dessas 150 postagens, 123 são imagens e 27 são vídeos. Entre as 123 imagens coletadas, em 43 delas foi possível levantar a presença de conteúdos que se relacionam com a proposta dessa pesquisa.

Marcela McGowan é ginecologista e obstetra com formação em sexualidade humana e terapia sexual, dessa forma, uma parcela considerável de seus conteúdos gira em torno das temáticas que abrangem a sua área de atuação. Em meio ao material coletado, é possível assinalar produções de teor pedagógico mais explícito, cuja finalidade visa educar a respeito de sexualidade, prazer e demais questões referentes à saúde e ao bem estar feminino. Essas publicações são compostas por artes gráficas que possuem textos curtos e objetivos, além de serem publicados no formato de carrossel, ou seja, quando há mais de uma imagem na mesma publicação.

É possível encontrar esse material nas seguintes figuras: figura 26 - discussão a respeito da construção social da masculinidade e problematizações sobre o tema; figura 28 - reflexões sobre práticas sexuais na quarentena; figura 30 - anatomia do clitóris e curiosidades sobre o órgão; figura 34 - informações sobre orgasmos; figura 47 - dicas sobre questões importantes a serem consideradas quando se planeja realizar um ménage; figura 51 - informações sobre HPV: transmissão, riscos, sintomas e prevenção; figura 52 - chás que aliviam a cólica menstrual; figura 53 - cuidados com a vulva e vagina e figura 54 - prevenção ao câncer de mama.

Na publicação da figura 26, é abordado o conceito de “masculinidade tóxica”. Esse termo diz respeito de um conjunto de práticas pautadas em comportamentos de dominação, violência e desvalorização das mulheres e de quaisquer indivíduos que não sejam homens cisgêneros. O conteúdo dessa postagem sinaliza os impactos prejudiciais das expectativas de gênero, propondo uma visão mais inclusiva e positiva da masculinidade. Para isso, são destacadas frases comuns que refletem estereótipos de gênero prejudiciais, como "homem não chora" e "menino não brinca de boneca".

A postagem convida os seguidores a questionarem normas culturais que limitam as expressões emocionais dos homens e reforçam comportamentos prejudiciais. Ao incentivar o público a questionar os padrões tradicionais e refletir sobre a possibilidade de construir novas condutas sociais e emocionais, entende-se como objetivo a promoção de uma visão mais saudável e inclusiva da masculinidade. Além disso, a postagem é composta por meio do uso de

uma linguagem acessível e de ilustrações com cores vibrantes, capazes de captar a atenção dos usuários.

A publicação da figura 30 a respeito do clitóris, conta como objetivo a difusão da educação sexual e do autoconhecimento. Para tratar dessa temática, a influenciadora faz o uso de recursos como humor, ilustrações lúdicas e de fácil compreensão, metáforas e analogias. Assim como se observa nas outras postagens, a linguagem simples e acessível também segue como característica presente para a abordagem do tema. São apresentadas informações anatômicas e funcionais do clitóris e as mulheres ou indivíduos que possuem esse órgão, são incentivados a conhecerem melhor o seu próprio corpo.

Uma vez que o texto da publicação não é dirigido especificamente para mulheres, entende-se aqui a importância de salientar que existem sujeitos além de mulheres cisgênero que possuem esse órgão sexual, como os homens transsexuais e pessoas não binárias. Tendo em vista que essa pesquisa tem o objetivo de tratar do empoderamento feminino, esse conteúdo será analisado partindo do pressuposto de que um de seus públicos alvos são as mulheres, porém é válida a ressalva de que aspectos que giram em torno da anatomia, bem como, da própria identificação de gênero são mais amplos e abrangentes do que isso.

Assim, entendendo como sendo uma das finalidades dessa publicação o incentivo para que mulheres conheçam melhor o próprio corpo, observa-se aqui que tal postagem atua como ferramenta de promoção do empoderamento feminino. Essa dinâmica se desenrola uma vez que são abordados um conjunto de questões que historicamente têm sido negligenciadas ou reprimidas pela sociedade, como por exemplo o autoconhecimento e o prazer femininos.

O autoconhecimento atua como uma ferramenta de poder. Ao dispor de informações a respeito de como o corpo funciona, as mulheres são capazes de expressar melhor necessidades e desejos em relações interpessoais, fortalecendo sua atuação em dinâmicas de poder, como relações afetivas e sexuais. Além disso, entender o funcionamento do próprio corpo, permite a identificação de problemas, busca por ajuda médica, quando necessária, e adoção de práticas de cuidado preventivo.

Utilizando uma abordagem educativa para fornecer informações que muitas vezes não são acessíveis em contextos formais, promove-se um acesso ao conhecimento capaz de democratizar a informação e reduzir desigualdades geradas pela falta de educação sexual. Ao educar as mulheres sobre a anatomia do próprio corpo, a publicação desafia a desinformação e os mitos perpetuados pelo silêncio cultural, promovendo emancipação intelectual que fortalece o senso de poder individual.

A conexão com o próprio corpo não apenas aumenta a confiança individual, mas também cria uma sensação de controle sobre a própria saúde e prazer. As ilustrações e cores vibrantes tornam o conteúdo visualmente atraente e ajudam a simplificar conceitos anatômicos que podem parecer complexos para quem não tem familiaridade com o tema. A abordagem lúdica e informativa ajuda a reduzir tabus e a criar um ambiente mais acolhedor para discussões sobre sexualidade. Essa mesma proposta também pode ser identificada nas publicações das figuras 31 - reflexões sobre práticas sexuais na quarentena; 38 - informações sobre orgasmos e 52 - dicas sobre questões importantes a serem consideradas quando se planeja realizar um ménage.

A publicação da figura 53, a respeito do câncer de mama, segue as mesmas características sinalizadas até aqui a respeito da abordagem com finalidade educativa e visualmente atraente que alinha informações claras e acessíveis à conscientização sobre o tema tratado. A postagem oferece informações detalhadas, como: o que é o câncer de mama, fatores de risco, mudanças a serem observadas nas mamas e a importância do exame de mamografia. Esses dados são apresentados de forma didática e objetiva, desmistificando o tema e promovendo o autocuidado.

Ao propagar o conhecimento, o autocuidado e a prevenção, a postagem contribui para a redução de mitos e preconceitos sobre o câncer de mama, aumentando a conscientização sobre a importância de detectar a doença precocemente. É aqui compreendido que essa abordagem não apenas educa, mas também expressa o objetivo de atuar como ferramenta de empoderamento às mulheres, reafirmando seu papel ativo na manutenção de sua saúde e bem-estar.

Por meio do questionamento: "Você conhece sua mama?", a publicação instiga uma reflexão sobre o quanto as mulheres estão familiarizadas com seu próprio corpo. Essa indagação simples, além de desafiar a perspectiva historicamente paternalista sobre os cuidados com a saúde, também quebra barreiras culturais e sociais que marginalizaram o corpo feminino, seja pela sexualização excessiva ou pela negligência em abordar temas de saúde feminina de forma ampla e acessível. Essa familiarização não apenas promove o autocuidado, mas também desafia padrões sociais que frequentemente mantêm as mulheres distantes do protagonismo em suas próprias jornadas de saúde. Assim, o processo de empoderamento feminino é nutrido pela educação, pela capacidade de tomada de decisão informada e pela confiança em seu próprio julgamento.

Além disso, a abordagem da publicação promove uma perspectiva integrada do autocuidado e autoconhecimento, mostrando que o cuidado com o corpo também é um ato político e de resistência. Reconhecer o corpo como seu, valorizar suas particularidades e dedicar-se à sua saúde são atitudes que questionam normas sociais que historicamente negaram ou diminuíram a importância do corpo feminino. O empoderamento, neste contexto, vai além da conscientização; ele se configura como um processo transformador, no qual as mulheres são incentivadas a assumir o controle sobre suas próprias vidas, corpos e decisões de saúde. Essa mesma proposta também pode ser identificada nas publicações das figuras 51 - informações sobre HPV: transmissão, riscos, sintomas e prevenção; figura 52 - chás que aliviam a cólica menstrual e figura 53 - cuidados com a vulva e vagina.

Este gênero de conteúdo desempenha um importante papel formativo, uma vez que confronta normas culturais, sociais e estéticas amplamente aceitas ou impostas, promovendo uma visão mais inclusiva e crítica. Além disso, promove uma educação afetiva e política, que incentiva o público a questionar normas sociais, valorizar suas singularidades e reconhecer a importância da diversidade. O material analisado se posiciona como uma ferramenta de educação não formal, utilizando as redes sociais para criar uma conexão emocional e reflexiva com o público.

Tendo em vista que esses conteúdos são consumidos por pessoas que já possuem afinidade com os temas abordados, apesar do impacto positivo dos temas analisados, um importante ponto a ser levado em consideração é o de que há uma grande chance de que essas reflexões permaneçam restritas a bolhas interacionais, limitando seu alcance e eficácia em promover mudanças mais amplas na sociedade. Como o algoritmo das redes sociais tende a priorizar a entrega de conteúdos a usuários que já demonstraram interesse por assuntos semelhantes, tal dinâmica tende a criar um ambiente de validação mútua, mas com pouca penetração em círculos sociais mais amplos ou menos sensibilizados para essas questões.

Diante do material coletado, existe também uma quantidade significativa de publicações com reflexões que giram em torno de assuntos como: autoconhecimento, amor próprio, tratar a si mesmo com gentileza, relação com o corpo, aceitação do próprio corpo, opinião de outras pessoas sobre o corpo, mulheres inspiradoras, feminismo e aprendizagens com mulheres negras. Entende-se aqui que essas postagens também possuem teor pedagógico, mas suas características divergem do modelo apresentado anteriormente. São publicações que, de modo geral, possuem registros da imagem da influenciadora em ensaios fotográficos e as produções textuais estão nas legendas.

É possível encontrar esse material nas seguintes figuras: figura 5 - aceitação do próprio corpo e desenvolvimento de amor próprio; figura 22 - se tratar com gentileza e amor próprio; figura 23 - Dica de leitura: Mulheres que correm com os lobos; figura 25 - amor próprio e autoconhecimento; figura 6 - *#segundadaautoestima*, amor próprio, espalhar elogios; figura 32 - *#segundadaautoestima*, amor próprio; figura 33 - protesto: médica de biquíni; figura 37 - autoaceitação e problematização do padrão estético para vulvas; figura 9 - *#segundadaautoestima*, relação com o próprio corpo, opinião de outros; figura 38 - Indianara Siqueira, mulheres inspiradoras, feminismo; figura 39 - comer sem culpa, relação com o corpo; figura 42 - introspecção; figura 45 - ser gentil consigo mesmo; figura 56 - o sagrado feminino e figura 58 - saber aproveitar o descanso.

Na publicação da figura 5, Marcela compartilha com seus seguidores uma experiência pessoal para narrar sua relação com as estrias. Por meio desse relato, nota-se que a influenciadora apresenta ao público uma vulnerabilidade sua que pode facilmente gerar identificação por parte de suas seguidoras, dinâmica que, por sua vez, possibilita o desenvolvimento de uma conexão emocional com o público. A produtora de conteúdo discorre sobre como os padrões de beleza são capazes de criar uma pressão estética e psicológica que distanciam as mulheres de sua própria identidade e valor intrínseco. Ao mencionar que "aceitar minhas marcas já foi conferido", Marcela transforma a autoaceitação em uma vitória pessoal, encorajando outras mulheres a refletirem sobre seus próprios avanços.

Nessa publicação, a ideia de empoderamento feminino surge implicitamente ao trazer a autoaceitação como eixo central da narrativa. Nesse sentido, embora se trate de uma importante temática com valiosos questionamentos, a posição ocupada pela influenciadora como uma mulher que se encaixa em grande parte dos padrões sociais vigentes traz nuances que não podem ser ignoradas. Marcela McGowan é uma mulher branca, magra e jovem, características que historicamente foram valorizadas dentro das normas sociais de beleza. Assim, entende-se aqui, que esses atributos proporcionam a ela privilégios que facilitam, em algum nível, o processo de aceitação pessoal. O reconhecimento público de que ela está "longe de ser alguém fora do padrão" na legenda da publicação demonstra certa consciência de sua posição social, mas não elimina o fato de que mulheres fora desses padrões enfrentam pressões significativamente mais intensas.

É importante reconhecer que inseguranças não são exclusivas de mulheres fora do padrão estético. A sociedade patriarcal e capitalista alimenta um ciclo de insatisfação corporal que atinge mulheres em todos os espectros, inclusive aquelas que se encaixam nos ideais de

beleza. Entretanto, aceitar o próprio corpo em um contexto de privilégio estético pode ser um processo menos conflituoso, pois a sociedade já tende a tratar esses corpos de maneira mais acolhedora e positiva. Mulheres que não estão dentro do padrão enfrentam barreiras adicionais, como discriminação institucional, dificuldades de encontrar roupas que lhes caibam ou até mesmo um tratamento médico inadequado devido ao preconceito.

Assim como ocorre na publicação da figura 5, também é possível localizar que nas postagens referentes às figuras 9, 39, 42 e 58 a influenciadora utiliza a experiência pessoal como ponto de partida para discussões mais amplas. Com exceção da publicação presente na figura 45, que é estruturada por um design gráfico no modelo carrossel com breves produções textuais na imagem, todas as outras postagens utilizam a imagem da influenciadora como uma ponte visual.

Assim, o uso de experiências pessoais da influenciadora, alinhado à apresentação visual envolvente, cria um vínculo de identificação com o público. A ideia de que a influenciadora também enfrenta desafios e reflexões promove um espaço de acolhimento e validação emocional. Campanhas como #segundadaautoestima (figuras 6, 39, 9) geram engajamento e reforçam o sentimento de pertencimento comunitário, ao mesmo tempo em que ampliam o alcance das mensagens.

A narrativa baseada em experiências pessoais, como as postagens que tratam de inseguranças ou conquistas da influenciadora, desempenha um papel duplo: enquanto cria identificação e oferece apoio emocional ao público, também serve como estratégia de autopromoção. Ao compartilhar desafios pessoais e momentos de vulnerabilidade, a influenciadora constrói uma imagem de autenticidade que a aproxima de sua audiência, ao mesmo tempo em que fortalece sua marca pessoal.

Além das publicações que contêm produções textuais reflexivas mais extensas, também existe uma categoria presente no material coletado composta por publicações com breves legendas que expressam pautas feministas. Esse material se faz presente nas figuras: figura 10 - liberdade, ser mulher é arte; figura 4 - crítica aos padrões estéticos socialmente difundidos; figura 24 - autovalorização, não fingir orgasmos para agradar o/a parceiro/a; figura 40 - trocadilho com a palavra *posição*, assumir papel de chefe e o poder das garotas.

Ao enfatizar a liberdade, a aceitação do corpo e a valorização das próprias escolhas, observa-se como possível objetivo a promoção da autoestima. A principal característica dessas postagens gira em torno da linguagem acessível e de rápido entendimento. Ao exaltar o papel de “chefe” e o “poder das garotas”, a influenciadora incentiva mulheres a ocuparem posições

de liderança, rompendo com a ideia de que o poder e a autoridade são exclusivamente masculinos. Mensagens como a de não fingir orgasmos ajudam a naturalizar conversas sobre sexualidade, prazer e relacionamentos, repercutindo em uma maior compreensão sobre a autonomia sexual das mulheres.

Esse modelo, embora poderoso, pode ser problemático quando o foco na promoção pessoal da influenciadora supera o impacto social das mensagens. Ao se apresentar como exemplo de autoaceitação ou feminismo, a influenciadora corre o risco de deslocar o debate para a sua própria figura, em vez de ampliar o foco para vozes diversas e experiências mais desafiadoras, especialmente de pessoas marginalizadas.

No perfil de Marcela há a construção de um espaço direcionado exclusivamente para a disponibilização da divulgação de trabalhos e perfis de mulheres negras, isso pode ser encontrado nas publicações referentes às figuras: figura 27 - divulgação do perfil de Bruna Pimenta e de seu podcast “Tá Tudo Bem Podcast”; figura 29 - divulgação do perfil de Giovanna Heliodoro; figura 31 - divulgação do perfil de Rita Carreira; figura 59 - *#segundadaautoestima*, divulgação do perfil de Juliana Souza e Silvia Souza. A pauta racial também surge na postagem da figura 60, a qual apresenta as aprendizagens da influenciadora a partir de falas e trabalhos de mulheres negras.

A disponibilização de um espaço no perfil de Marcela para divulgar o trabalho e as vozes de mulheres negras é uma dinâmica capaz de promover visibilidade e protagonismo a quem historicamente foi excluído de espaços midiáticos. Embora o apoio à diversidade seja um aspecto positivo, existem tensões e questionamentos que devem ser levantados em consideração.

As produções imagéticas que compõem as postagens no perfil da influenciadora são em grande parte compostas por registros fotográficos de Marcela. Em alguns momentos, são apresentadas pessoas importantes para a influenciadora, como suas amigas ou sua sobrinha, assim como é possível de se observar na imagem da figura 8, na qual Marcela está posando junto com suas companheiras do reality show. Nota-se que as demais mulheres presentes em fotos junto com ela, também são brancas. Essa conjuntura salienta como a branquitude fortalece um coletivo branco. As mulheres negras que aparecem no perfil da influenciadora não fazem parte de projetos, trabalhos ou da vida pessoal de Marcela. A influenciadora sequer posa com essas mulheres. Les oferece um “apêndice” em seu perfil, reservando um espaço para elas, mas sem realizar um trabalho em conjunto com elas.

Assim como foi assinalado previamente, a influenciadora é uma mulher que se encaixa nos padrões de beleza hegemônicos. Em diversos momentos, são utilizadas imagens sensuais para o debate das temáticas apresentadas em seu perfil. Tal dinâmica contribui para a perpetuação de ideais de beleza que oprimem muitas mulheres, especialmente aquelas fora desse padrão. Por mais que Marcela busque desconstruir esses ideais, a maneira como o seu corpo é apresentado e utilizado na plataforma repercute em uma reafirmação da opressão e marginalização de sujeitos que não se adequam ao padrão estético.

A exposição da representação visual cuidadosamente elaborada a respeito da influenciadora, aliada a uma construção discursiva que a humaniza e a aproxima de seu público são ferramentas eficazes na construção de uma identidade digital que vai além do indivíduo Marcela. A influenciadora, nesse contexto, é também um produto: uma marca construída para gerar capital social e econômico. As interações do público, mediadas por algoritmos, transformam as narrativas pessoais em uma mercadoria que pode ser medida em termos de alcance, engajamento e monetização.

No perfil da influenciadora é possível identificar a presença de postagens que apresentam divulgações de trabalhos ou projetos de Marcela e parcerias pagas, como nas figuras: figura 21 - divulgação do curso “O prazer é todo meu”; figura 41 - parceria paga com a Natura, “viva sem vergonha” figura 44 - parceria paga com a Marisa, *#segundadaautoestima*, ser gentil consigo mesma; figura 46 - parceria paga com a Marisa, *#segundadaautoestima*, síndrome da impostora, mulheres precisam trabalhar mais para obter reconhecimento; figura 48 - parceria paga com a Marisa, comparação entre o corpo em posição posada para foto e o corpo relaxado; figura 49 - divulgação do programa do Youtube do GNT “Prazer Feminino”; figura 50 - parceria paga com a Marisa, *#segundadaautoestima*, sentimento de culpa por não conseguir se amar; figura 56 - divulgação de coleção de joias em parceria com a loja Litos e figura 57 - divulgação de coleção de joias em parceria com a loja Litos. Em todas essas publicações, é possível diagnosticar conteúdos que trazem à tona pautas provenientes do movimento feminista.

Na postagem referente à figura 44, a legenda aborda elementos que giram em torno da autoestima, aceitação do corpo e bem-estar emocional. Já a produção fotográfica retrata a influenciadora em um cenário no qual são dispostos componentes que remetem ao autocuidado e a compaixão. No quadro é registrada a frase “Seja gentil com você” em conjunto com flores pintadas pela influenciadora, as plantas que decoram a gravura se estendem para o corpo de Marcela, quase como se simbolizassem uma incorporação da ideia proposta na tela por parte da criadora de conteúdo. Tal composição funciona tanto como um convite à reflexão como um

recurso visual que atrai e engaja o público.

Estratégia semelhante compõe a postagem da figura 48. A publicação conta com duas fotografias posicionadas lado a lado. Em uma, Marcela está posada para a foto, com a silhueta alongada, em um ângulo que remete às representações renascentistas de Vênus. Em outra, está sentada e com o abdome relaxado. Em ambas as publicações, entende-se que a ideia de empoderamento está implícita nas postagens ao se promover as temáticas do bem-estar emocional, autoaceitação e problematizações em torno da pressão estética. Porém, se, por um lado, a linguagem acessível das imagens, combinada com o apelo visual, tem o potencial de gerar identificação com uma audiência ampla, por outro, a construção da identidade digital da influenciadora mistura a intenção de gerar debates sociais relevantes com estratégias de autopromoção e monetização de seu perfil virtual.

O visual cuidadosamente elaborado reforça sua posição como uma figura pública que equilibra mensagens inspiradoras com a manutenção de sua marca pessoal. As experiências e vulnerabilidades da influenciadora se transformam em um produto digital comercializável. Analisando esse contexto diante do recorte da perspectiva do feminismo interseccional, a dinâmica presente no perfil da influenciadora expressa problemáticas complexas. A estratégia de utilizar debates sociais como parte da construção de sua identidade digital, atua como uma tentativa de equilibrar sua marca pessoal com um impacto social positivo ao mesmo tempo em que limita a amplitude e a profundidade desses debates.

No contexto da internet, *memes* são as piadas que circulam nas redes sociais. Os memes podem ser imagens, mensagens ou vídeos cuja finalidade é produzir humor. Nas publicações de Marcela, é possível localizar memes nas figuras: figura 35 - “o sexo dos signos”; figura 36 - “o sexo dos signos”; figura 43 - cantadas, frases galanteantes; figura 55 - memes das frases que mulheres mais escutam.

A natureza viral dos memes favorece a frequência de interação dos seguidores com o conteúdo, seja por curtidas, compartilhamentos, comentários ou salvamentos. Essa interação constante com o perfil é bem vista pelo algoritmo da plataforma, o que aumenta a visibilidade do conteúdo produzido e, conseqüentemente, mantém o perfil ativo. Memes, por serem leves e acessíveis, são facilmente consumidos e replicados, permitindo que o público engaje de forma rápida, mantendo o fluxo de comunicação constante no perfil. Assim, além do fortalecimento do engajamento e audiência do perfil da produtora de conteúdo, os memes também atuam como uma forma de solidificar a autoridade de Marcela dentro de seu nicho.

4.5 O perfil de Thelma

No perfil de Thelma Assis, foram encontradas 114 postagens no mesmo período, das quais 99 são imagens e 14 são vídeos. Entre as 99 imagens coletadas, realizaremos a análise de 28 postagens.

A primeira postagem referente ao perfil de Thelma está na figura 20. A publicação é escrita pela equipe responsável por administrar o perfil enquanto a influenciadora estava confinada no reality show. A postagem contém uma arte gráfica com cores vibrantes: o fundo é amarelo e a foto apresenta uma imagem de perfil da influenciadora com girassóis decorando seu cabelo. Na legenda, uma comemoração a respeito da vitória da médica no programa televisivo, sinalizando que Thelma enfeita com sua beleza e alimenta seus fãs com sorrisos, além disso, é exaltada a conquista coletiva de tornar uma mulher preta milionária. A questão das desigualdades sociais, de gênero e de raça surgem no perfil da influenciadora em alguns momentos. Tal tema é apresentado em tom de protesto, como se observa nas figuras: figura 11 - vitória no reality show, não tolerar mais machismo, racismo, homofobia; figura 14 - dia internacional da luta contra LGBTQIfobia; figura 61 - protesto a respeito da morte de João Pedro, um jovem negro assassinado em uma operação policial e figura 63 - vidas negras importam.

No perfil de Thelma, também encontram-se postagens que trazem à tona pautas feministas, porém, diferentemente do perfil de Marcela, essas publicações não são acompanhadas de extensas produções textuais, apresentando característica mais singela. Esse conteúdo se faz presente nas figuras: figura 62 - mulher solte a sua voz; figura 64 - exceder expectativas; figura 65 - ser dona de si; figura 66 - *#blackpower*, *#empoderamento*; figura 69 - utilizar a própria voz para ocupar espaços; figura 70 - dia da mulher negra latino americana, resistência, feminista; figura 71 - produção artística com diversas mulheres negras; figura 72 - seja o que quiser ser; figura 73 - ser dona de si; figura 74 - cabelo, lace; figura 76 - se permitir sentir, sonhar, ousar e voar; figura 78 - cabelo, lace e figura 79 - representatividade

Através da análise das imagens é possível diagnosticar uma diversidade de recursos visuais que contribuem para a construção de narrativas de empoderamento feminino. Além disso, o perfil de Thelma é constituído por ensaios fotográficos que a apresentam em poses desafiadoras e confiantes. Nas publicações das figuras 62 e 69 tanto o uso de uma camiseta com a mensagem "Mulher, solta a tua voz" quanto a legenda sobre utilizar a própria voz para ocupar espaços são aqui compreendidos como formas de expressar o empoderamento e a resistência.

A legenda “E que não somente na data especial de hoje, mas todos os dias podemos nos unir cada vez mais e utilizar a nossa voz para ocupar todos os espaços.” (figura 69) expressa uma intersecção entre expressão individual e ativismo coletivo, sugerindo que a influenciadora busca incentivar outras mulheres a reconhecerem o poder de suas narrativas pessoais e a desafiar sistemas de exclusão.

Em ambas as publicações, a escolha da palavra "voz" vai além do sentido literal de fala, representando também a autonomia, a resistência e a representatividade. A autonomia se expressa através do direito de se realizar um posicionamento em um mundo que historicamente silencia mulheres, especialmente mulheres negras. A resistência, ao desafiar estruturas patriarcais e racistas que restringem a presença feminina em espaços de poder e influência e a representatividade, ao se promover inspiração e conexão, possibilitando que outras mulheres reconheçam sua própria força ao se verem representadas.

A postagem da figura 66, é composta por uma arte gráfica de Thelma com um leão ao fundo e pela legenda na qual são inseridos os créditos ao fotógrafo, a frase “Tua pele, tua luz, tua juba” e algumas hashtags como “#empoderamento” “#afrohair” “#mulhernegra” e “#blackpower”. Os elementos visuais e textuais dessa publicação remetem à força e desafiam a lógica tradicional da branquitude. Ao se direcionarem destaques para a pele e o cabelo são colocados em evidência características naturais e tradições culturais negras. A intersecção entre gênero e raça surge também nas figuras: figura 70 - ensaio fotográfico no qual Thelma utiliza um blazer com o escrito “feminista” agregado à legenda de celebração do dia da mulher negra latino americana; figura 71 - arte gráfica contemplando diversas mulheres negras; figura 74 - foto de perfil de Thelma com uma lace longa associada a legenda “a primeira lace a gente nunca esquece”; figura 78 - foto de perfil da influenciadora anexada à legenda de que está gostando de utilizar diversas opções de cabelo e figura 79 - ensaio fotográfico no qual Thelma utiliza figurino amarelo e apresenta sua nova stylist, comentando sobre a representatividade representatividade mútua entre elas.

Na figura 70, é composta por uma imagem da influenciadora na qual ela utiliza um blazer preto com o escrito “feminista” em um fundo neutro. Thelma adota uma posição centralizada e imponente, evocando autoconfiança e determinação. Na legenda, a criadora de conteúdo comenta: “E hoje eu dedico todas as minhas postagens à todas as mulheres que me inspiram. E nesse dia da mulher Negra Latino Caribenha, vamos homenagear as maravilhosas que são resistência pura! Obrigada por existirem marca aí o @ das inspirações de vcs pra gente poder seguir”. Ao conectar o ser mulher negra latino caribenha com um ato de resistência,

Thelma sugere uma força inata e contínua das mulheres negras diante de um sistema que historicamente as marginaliza. Assim, a publicação faz referência a uma resistência ancestral, que se manifesta na sobrevivência, na cultura e na luta contra a opressão. Thelma inclui todas as mulheres negras em sua mensagem, transformando a postagem em um espaço de homenagem e reconhecimento, além disso, incentiva o engajamento ao pedir que seus seguidores marquem outras mulheres que os inspirem.

Nas publicações das figuras figura 64 - “Seja maior do que as expectativas que criaram pra vc!”; figura 65 - “Dona de mim”; figura 72 - “Como diria @karolconka “Seja o que tiver que ser, seja o que quiser ser””; figura 73 - “Parafraseando a @isa pq tô me sentindo mulher Dona de Mim nessa foto” e figura 76 - “Se permita sentir, sonhar, ousar e voar.”, é possível notar que os ensaios fotográficos exploram elementos como figurino, iluminação e expressões faciais. Em todas as imagens, a influenciadora ocupa o espaço de forma expansiva e segura, transmitindo autoconfiança e liberdade de movimento.

Na figura 65, a legenda que faz referência à música *Dona de Mim*, da cantora Iza, evoca a ideia de independência e resiliência. A canção fala sobre assumir o controle da própria trajetória, e essa mensagem se reflete na pose confiante da influenciadora. A citação de Karol Conká, na figura 72 reforça a mensagem de liberdade e autenticidade. Ao evocar uma artista negra conhecida por sua postura forte e combativa, a influenciadora se insere dentro de um discurso coletivo de mulheres negras que desafiam padrões sociais.

A combinação entre elementos visuais e textuais nessas postagens cria uma narrativa de empoderamento que dialoga com temas como autonomia, identidade negra e liberdade de ser. A influenciadora não apenas se posiciona como protagonista de sua própria história, mas também convida suas seguidoras a ocuparem espaços com confiança, redefinindo o que significa ser uma mulher poderosa na sociedade contemporânea. As imagens reforçam que a estética é também um espaço de resistência e afirmação, desafiando estereótipos e valorizando a diversidade da experiência feminina negra.

Assim como se observa no perfil de Marcela, uma categoria de publicações que também se faz presente nas postagens de Thelma são as divulgações de trabalhos e parcerias pagas. Esses conteúdos estão presentes nas postagens das figuras: figura 67 - paz, amor e luta; figura 68 - “the real beauty is black” (a verdadeira beleza é negra); figura 77 - divulgação da premiação da MTV sobre o trabalho com a atriz Taís Araújo; figura 80 - divulgação de episódio no canal do Youtube; figura 81 - divulgação da premiação da MTV sobre o trabalho com a atriz Taís Araújo; figura 82 - divulgação de participação em um evento cuja finalidade é a promoção de

sororidade e empoderamento com mulheres inspiradoras; figura 83 - divulgação da participação no evento “Geração Glamour”; figura 84 - arte sobre o evento “Geração Glamour”; figura 85 - divulgação do fechamento do programa Triangulando e figura 75 - parceria paga com a Sephora.

Tanto no carrossel da figura 67 quanto na imagem da figura 68, Thelma utiliza um vestido com a frase “the real beauty is black” (a verdadeira beleza é negra). Ambas as publicações são divulgações de ensaios que a influenciadora realizou para a capa da revista Harper’s Bazaar Brazil. Na lateral direita das imagens, consta a mensagem “Paz, amor e luta”. As mensagens presentes nas fotografias e a construção imagética reforçam a ideia de que o empoderamento feminino pode ser comunicado por meio da valorização do corpo, da moda, e da criatividade artística. A produção realizada para a revista desafia a lógica tradicional da branquitude ao colocar em destaque a pele e cabelo de uma mulher negra agregados a mensagens de resistência.

Nas figuras 77 e 81, a influenciadora divulga um trabalho que realizou em parceria com a atriz Taís Araújo e está concorrendo a um prêmio oferecido pela emissora MTV. Nessa produção também são colocados em destaque e valorizados aspectos referente a cultura e características naturais do fenótipo negro, como o cabelo blackpower. Na figura 82, são publicadas imagens da influenciadora expondo o figurino elaborado de forma elegante. Na legenda, Thelma comenta que o evento está promovendo um ambiente de sororidade e empoderamento com mulheres inspiradoras. Na figura 84, a produtora de conteúdo divulga trabalhos em parceria com a revista Glamour e em conjunto com outras mulheres. Na figura 75, Thelma faz uma publicidade para a marca Fenty Beauty sobre uma base e traz a tona a questão do tom de pele ao sinalizar que: “[...] afinal @fentybeauty foi criada para abranger o máximo possível de tons de pele, se tornando uma marca bem democrática. Além de nos fazer sentir mais livre e exaltar nossa beleza, a Fenty Beauty abalou o mundo do setor de maquiagem, iniciando novas conversas sobre padrões de beleza exigidos pela sociedade. [...]”.

A abordagem adotada pela influenciadora em suas publicações reflete uma estratégia de valorização da identidade negra em espaços que, historicamente, foram ocupados majoritariamente por pessoas brancas. Ao trazer temas como a representatividade na beleza, na moda e na mídia, ela não apenas promove sua própria imagem, mas também se posiciona como uma figura que impulsiona debates sobre padrões estéticos, pertencimento e empoderamento feminino negro.

A participação em eventos, prêmios e colaborações com marcas e publicações tradicionais expõe a importância de ocupar esses espaços para redefinir narrativas. A valorização de características como a diversidade de tons de pele e o cabelo blackpower representa um avanço na desconstrução de padrões de beleza eurocêntricos, o qual gera um impacto social ao ampliar as possibilidades de identificação para pessoas negras, possibilitando ocupar posição de protagonismo nessas indústrias.

No entanto, esse processo de inserção e reconhecimento em espaços historicamente excludentes levanta questionamentos sobre até que ponto essas iniciativas representam uma mudança estrutural ou apenas uma adaptação mercadológica das marcas às novas demandas sociais. As parcerias com grandes marcas, como a Fenty Beauty, trazem um viés duplo: de um lado, há uma real ampliação da diversidade e um reconhecimento da necessidade de inclusão; de outro, esse movimento pode ser visto como uma estratégia de marketing alinhada às tendências do consumo contemporâneo especialmente em um cenário onde os algoritmos das redes sociais desempenham um papel central na visibilidade e circulação dessas pautas.

A ascensão de influenciadoras negras como porta-vozes dessas temáticas é um avanço importante, mas ainda está inserida dentro da lógica do consumo e das dinâmicas algorítmicas das plataformas digitais. Assim como já foi levantado previamente, os algoritmos das redes sociais, moldam quais conteúdos são impulsionados e para quem eles chegam, muitas vezes criando bolhas interacionais, onde a representatividade e o discurso identitário ganham projeção apenas dentro de determinados nichos, sem necessariamente romper com estruturas hegemônicas. Embora influenciadoras negras consigam ocupar espaços midiáticos e publicitários de destaque, sua visibilidade ainda está condicionada às métricas de engajamento e ao interesse mercadológico das plataformas, que lucram com a amplificação de discursos progressistas sem necessariamente promover mudanças estruturais no ecossistema digital.

Além disso, a lógica algorítmica tende a favorecer conteúdos que são mais palatáveis para um público amplo, muitas vezes suavizando ou diluindo pautas identitárias para se tornarem mais comercializáveis. Isso gera o risco de que a representatividade negra seja tratada como uma tendência estética ou uma estratégia de marketing, ao invés de ser um compromisso genuíno com a equidade racial e a transformação social. Assim, questiona-se até que ponto essa presença digital e midiática reflete um real deslocamento das estruturas de poder ou se ela apenas reforça uma nova forma de dominação, onde a representatividade é permitida e incentivada desde que se encaixe dentro das regras do mercado e da lógica algorítmica que determina quem tem voz e alcance nas plataformas digitais.

5. Considerações Finais

Esse trabalho teve como objetivo central a análise de como a ideia de empoderamento feminino, bem como, dos elementos associados a esse conceito, são apresentados na plataforma do Instagram. Para a realização da análise, foram utilizados como instrumentos de pesquisa as postagens encontradas nos perfis das influenciadoras digitais: Marcela McGowan e Thelma Assis.

Ao longo deste estudo, foram explorados dois conceitos centrais: empoderamento e branquitude. Através de autores e autoras utilizados como base para o entendimento desses termos, observou-se que o conceito de empoderamento está situado em um contexto de discussões teóricas e políticas, ao mesmo tempo em que dispõe de compreensões distintas provenientes do âmbito popular.

O termo empoderamento deriva da palavra poder. O poder é aqui compreendido como a capacidade de controlar algo ou alguém. Assim, poder diz respeito à influência que um sujeito ou um determinado grupo dispõe acerca de fatores capazes de interferir na vida de outras pessoas. O empoderamento, por sua vez, é composto por um processo de cunho individual e coletivo cujo objetivo é criar uma sociedade mais justa, sem hierarquias baseadas em raça, gênero ou classe social. Assim, o processo de empoderamento visa proporcionar recursos e oportunidades para que pessoas em posições de desvantagem social possam participar ativamente das decisões que impactam suas vidas. O empoderamento feminino, por sua vez, está relacionado à conquista de autonomia, liberdade e segurança em âmbitos sociais, políticos, econômicos, sexuais e de gênero

A branquitude é entendida nesse estudo como um construto social, ideológico e histórico que posiciona pessoas brancas em uma situação de privilégio racial, econômico e simbólico em detrimento de pessoas não-brancas. Partindo dessa premissa, a branquitude se consolida como algo além de um simples atributo fenotípico; é uma categoria de pertencimento que confere vantagens e poder àqueles identificados como brancos, muitas vezes sem que eles próprios reconheçam ou reflitam criticamente sobre essa condição.

Tendo em vista que o Instagram é uma rede social amplamente utilizada no Brasil, nesta pesquisa entendeu-se que os conteúdos e assuntos presentes nesta plataforma influenciam a forma como os sujeitos recebem e interpretam as mais diversas informações, fazendo com que esse ambiente seja capaz de atuar como um dispositivo pedagógico de mídia. Esse conceito também se estabeleceu como um termo relevante para o debate, uma vez que trata do conjunto

de práticas e estruturas comunicativas através das quais a mídia influencia e molda a formação de subjetividades dos indivíduos.

A metodologia para o desenvolvimento dessa pesquisa se apresentou como uma adversidade ao longo do desenvolvimento do trabalho. Com o desenvolvimento da pesquisa, ficou evidente que a finalidade do estudo não era a de se realizar uma análise comparativa entre os perfis das influenciadoras digitais, mas sim, o de se examinar os conteúdos presentes na plataforma Instagram, como um todo, colocando em evidência as dinâmicas que se desenrolam nesse ambiente virtual.

Assim, ao longo desse processo, foi-se necessário analisar as postagens realizadas por criadoras de conteúdo digital. Esse conteúdo é composto por imagens (fotografias ou artes gráficas) e produções textuais (legenda das imagens), sejam elas curtas ou extensas. Nesse sentido, uma das maiores questões enfrentadas residiu no fato de não existir uma metodologia específica para esse tipo de conteúdo. A abordagem adotada consistiu então na categorização das postagens e exame do conteúdo como um todo, as fotos, os textos e os contextos.

Por meio dessa pesquisa, pode-se averiguar que o Instagram é uma plataforma dotada de estruturas comunicativas e práticas capazes de influenciar e moldar a formação de subjetividades dos indivíduos, dispondo de um papel pedagógico. No contexto das mídias sociais digitais, os internautas consomem, produzem e compartilham o conteúdo presente naquele meio, possibilitando um contexto contínuo de produção e recepção de significados.

Além disso, faz-se imprescindível considerar o papel do algoritmo presente no Instagram, uma ferramenta perspicaz e sofisticada que atua na coleta, análise e processamento de dados de comportamento dos usuários, diagnosticando seus interesses e preferências. Esse sistema atua de maneira dinâmica, ajustando constantemente os conteúdos exibidos com base nas interações prévias de cada indivíduo — como curtidas, comentários, compartilhamentos e tempo de visualização. Tal mecanismo não apenas personaliza a experiência do usuário, mas também contribui diretamente para a formação de bolhas interacionais, uma vez que tende a reforçar e reproduzir conteúdos semelhantes àqueles já consumidos, limitando o acesso à diversidade de perspectivas e consolidando determinados modos de pensar e agir.

No âmbito da produção de conteúdo, o algoritmo também exerce um papel central, influenciando de maneira significativa os critérios e estratégias dos criadores. Dado que a visibilidade e o engajamento nas redes estão fortemente condicionados ao desempenho de postagens dentro da lógica algorítmica, muitos produtores acabam adaptando sua linguagem, estética e temáticas aos padrões que melhor dialogam com as exigências da plataforma. Nesse

cenário, os conteúdos mais valorizados são, muitas vezes, aqueles que se alinham com as demandas do mercado, promovem alta taxa de engajamento e se mostram rentáveis em termos de alcance e monetização. Assim, o algoritmo funciona não apenas como uma ferramenta do sistema, mas como um dispositivo ativo na formação de discursos, práticas e tendências, moldando o cenário cultural e comunicativo do ambiente digital.

Nesse contexto, a veiculação da ideia de empoderamento feminino é transpassada por uma diversidade de entendimentos e os sentidos atribuídos a esse conceito são construções complexas e diversas. No perfil de Marcela, o empoderamento se expressa por meio da promoção da educação sexual, dos conhecimentos acerca da saúde feminina, e, principalmente, remete ao autoconhecimento e ao desenvolvimento e fortalecimento do amor próprio, dispondo de um caráter mais individual e subjetivo.

É inegável que, como figura pública, Marcela tem um alcance importante para promover mensagens positivas. Embora as publicações sejam eficazes em alcançar um público amplo, a forma como alguns debates são conduzidos pode levar à simplificação excessiva de questões complexas, dificultando uma compreensão crítica das desigualdades estruturais.

Suas falas sobre aceitação corporal são um forte exemplo disso. Marcela comemora sua auto aceitação diante de um contexto o qual dispõe de atributos bem aceitos na sociedade. Ao realizar publicações desse gênero, é necessário muito cuidado para não se ignorar as experiências de mulheres que enfrentam múltiplas opressões, como racismo, classismo, ou capacitismo. Dependendo da maneira como o conteúdo é conduzido, pode ocorrer uma limitação do alcance dos movimentos feministas e perpetuação de desigualdades internas.

Além disso, há uma linha tênue entre a celebração de seu processo de autoaceitação e a prática de objetificação e sensualização de si própria através da superexposição de seu corpo, tendo em vista que em diversos registros fotográficos, Marcela se apresenta em poses sensuais e utilizando poucas roupas.

O uso da sensualidade e a exposição do corpo são entendidos como estratégias que evidenciam a atuação da influenciadora dentro de uma lógica mercadológica, que privilegia a performance individual e a adesão a uma estética padronizada, ainda que revestida de discursos de empoderamento.

No perfil de Thelma, o empoderamento se manifesta através da promoção da representatividade negra e nas lutas contra a opressão. Suas postagens combinam elementos visuais impactantes e mensagens diretas que enfatizam resistência, autonomia e valorização da

identidade negra. A produtora de conteúdo utiliza uma abordagem mais simbólica, explorando sua imagem e referências culturais para fortalecer sua mensagem.

Thelma dispõe de postura engajada que se expressa tanto na valorização da estética negra quanto na reivindicação de espaços historicamente negados às mulheres negras. Mesmo que em alguns ensaios o uso do corpo seja explorado de forma artística e sensual, essa representação não parece ser sexualizada de forma exploratória; se alinhando ao discurso feminista de apropriação do próprio corpo como ferramenta de expressão e poder. No entanto, nota-se que essa postura se vincula a estratégias de visibilidade em campanhas de marcas, assumindo o risco e a possibilidade de diluição da potência crítica de seu engajamento em prol das lógicas do consumo.

No ambiente digital, especialmente em plataformas como o Instagram, criadoras de conteúdo muitas vezes transcendem o papel de comunicadoras e se consolidam como produtos em si mesmas, transformando sua identidade, imagem e estilo de vida em marcas estrategicamente construídas para gerar capital. Esse processo ocorre por meio da monetização da visibilidade, onde engajamento, autenticidade e carisma são convertidos em ativos valiosos para parcerias publicitárias, lançamentos de produtos próprios e contratos com grandes empresas.

Assim, a própria influenciadora se torna uma mercadoria dentro da lógica do mercado digital, negociando sua credibilidade e influência em troca de oportunidades comerciais. No entanto, essa mercantilização da figura da criadora de conteúdo pode gerar uma tensão entre a construção de uma narrativa pessoal e os interesses de consumo, pois sua identidade e discurso passam a ser moldados, em certa medida, pelas demandas do mercado e pelas métricas de alcance e engajamento estabelecidas pelos algoritmos das plataformas.

Dessa forma, nota-se que em ambos os perfis, as influenciadoras atuam de modo a corroborar com o esvaziamento da potência política do conceito. O discurso da transformação social é absorvido pelas dinâmicas capitalistas sem necessariamente promover mudanças reais nas desigualdades estruturais de gênero e raça. A crítica, nesse caso, não invalida o impacto positivo do trabalho das influenciadoras, mas busca ampliar o debate sobre o uso responsável de suas plataformas sociais digitais.

Tendo sinalizado a valiosa questão sobre a responsabilidade das influenciadoras em torno do conteúdo por elas produzido, cabe agora salientar que nesta pesquisa, diante do contexto analisado, compreende-se que a plataforma Instagram configura-se como agente central no processo de esvaziamento do sentido político e social do empoderamento feminino.

Ao operar sob a lógica capitalista da visibilidade, o Instagram transforma discursos originalmente críticos e mobilizadores — como o do empoderamento — em produtos passíveis de monetização.

Através de seu algoritmo, que privilegia conteúdos com maior potencial de engajamento e alcance, a plataforma impulsiona o uso de estéticas, narrativas e performances que se alinham às demandas mercadológicas, desconsiderando a profundidade crítica desses discursos. Nesse processo, o empoderamento feminino é ressignificado como uma marca pessoal ou estilo de vida aspiracional, sendo explorado como estratégia de promoção de consumo.

Assim, o discurso do empoderamento, que originalmente se vincula a lutas por equidade, autonomia e resistência às estruturas opressivas, pode ser diluído em uma estética comercial que prioriza o consumo como ferramenta de libertação. Isso se manifesta na publicidade de marcas que associam a ideia de empoderamento à aquisição de cosméticos, roupas ou outros bens de mercado, sugerindo que a força e a autonomia da mulher podem ser alcançadas essencialmente pelo consumo.

Através dessa análise, evidenciou-se a importância de se questionar até que ponto o conteúdo proposto está realmente desafiando estruturas de poder e normas sociais, ou se ele acaba, em alguma medida, reforçando as mesmas dinâmicas do que diz combater. No contexto do Instagram, o empoderamento feminino muitas vezes emerge como uma narrativa visualmente atraente e facilmente consumível, sendo explorado como um recurso estratégico para a venda de produtos e serviços.

REFERÊNCIAS

- Batliwala, S. **The Meaning of Women's Empowerment: New Concepts from Action**, in G. Sen, A. Germain and L. C. Chen (eds), **Population Policies Reconsidered: Health, Empowerment, and Rights**. Boston: Harvard Center for Population and Development Studies, 1994.
- BERTH, Joice. **O que é empoderamento?** Letramento Editora e Livraria LTDA, 2018.
- CARDOSO, L., MÜLLER, T. M. P. **Branquitude: Estudos sobre a Identidade Branca no Brasil**. 1ª ed., Curitiba: Editora Appris, 2017.
- CARDOSO, L., MÜLLER, T. M. P. **Branquitude: Estudos sobre a Identidade Branca no Brasil**. 1ª ed., Curitiba: Editora Appris, 2017.
- FERREIRA, Fernanda Madeira. **Empoderamento feminino no Instagram: um estudo de caso do perfil da influenciadora digital @mbottan**. Orientadora: Laura Wottrich. 2019. TCC (Habilitação em Publicidade e Propaganda. Curso de Comunicação Social - Graduação, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/200614>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2022.

FILIZOLA, Paula. **Uso das redes sociais aumentos durante a pandemia, indica Lourdes Consultoria.** Metrôpoles, 2021. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/colunas/m-buzz/uso-das-redes-sociais-aumentou-na-pandemia-indica-loures-consultoria>> Acesso em 08 de fevereiro de 2022.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O dispositivo pedagógico da mídia:** modos de educar na (e pela) TV. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun. 2002. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/ep/a/88GzhjyNGG9pLt6NQchCf3j/>> Acesso em: 10 de junho de 2024.

GEROLIMICH, Ingrid. **Corpos expostos no Instagram: Empoderamento ou objetificação?** Revista Fórum, 2020. Disponível em:

<<https://revistaforum.com.br/rede/corpos-expostos-no-instagram-empoderamento-ou-objetificacao/#>> Acesso em: 05 de fevereiro de 2022.

KARHAWI, Isaaf Santos. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria.** In: Tendências em Comunicação Digital. p 39 - 59, 2016. Disponível em: <<https://issuu.com/commaisusp/docs/livro-tendencias-006>>. Acesso em: 10 de fevereiro de 2022.

MARQUES, Ana. Instagram: o que é história e como funciona a rede social? Tecnoblog, 2023. Disponível em: <<https://tecnoblog.net/responde/instagram-o-que-e-historia-e-como-funciona-a-rede-social/>> Acesso em: 10 de março de 2024

MIRANDA, Jorge Hilton Assis de. **Branquitude invisível - pessoas brancas e a não percepção dos privilégios:** verdade ou hipocrisia? In: MÜLLER, Tânia M. P. e CARDOSO, Lourenço (orgs.). **Branquitude:** Estudos sobre a identidade branca no Brasil. 1.ed. Curitiba. Appris, 2017.

SILVA, Priscila Elisabete da. **O conceito de branquitude:** reflexões para o campo de estudo. In: MÜLLER, Tânia M. P. e CARDOSO, Lourenço (orgs.). **Branquitude:** Estudos sobre a identidade branca no Brasil. 1.ed. Curitiba. Appris, 2017.