

MARA MAGALHÃES, LIDIA MARÔPO & INÊS AMARAL

marasemyra@gmail.com; lidiamaropo@gmail.com; inesamaral@gmail.com

UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA; INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL
E CICS.NOVA | UNIVERSIDADE NOVA DE LISBOA; CECS | UNIVERSIDADE
DO MINHO E UNIVERSIDADE DE COIMBRA, PORTUGAL

ATIVISMO FEMINISTA NO FACEBOOK: UMA ANÁLISE COMPARADA DAS PÁGINAS NÃO ME KAHLO (BRASIL) E CAPAZES (PORTUGAL)

RESUMO

Na atual terceira vaga do feminismo, as ferramentas digitais são utilizadas para promover a causa, evidenciando sentimentos de pertença e partilha e propondo novas representações sobre o papel social da mulher. Este artigo analisou de forma comparada o perfil no Facebook das páginas feministas brasileira e portuguesa com maior número de seguidores em março de 2016, respetivamente a Não me Kahlo (534 mil “curtidas”) e a Capazes (145 mil “gostos”). Utilizamos a ferramenta Netvizz para mapear o conteúdo e coletar dados sobre as interações nas páginas. Identificamos as temáticas agendadas nos *posts* com especial atenção ao Dia da Mulher, 8 de março, para uma análise das representações expressas nos discursos destas páginas. Os resultados sublinham as semelhanças e as diferenças nas temáticas abordadas em função das características das páginas e do contexto dos países. Em Portugal, os direitos das mulheres e da comunidade LGBT têm vindo a ser sedimentados pela legislação e gradualmente aceites socialmente. No Brasil, ainda se luta por avanços numa legislação conservadora em temáticas como a interrupção da gravidez e a união civil de homossexuais, sendo a violência de género uma preocupação central.

PALAVRAS-CHAVE

Feminismo; ciberativismo; Facebook; Brasil e Portugal

INTRODUÇÃO

Na chamada terceira vaga do feminismo (o “pós-feminismo”), as redes sociais online são ferramentas fundamentais para promover a causa. O ativismo digital possibilita a horizontalidade da comunicação, permite a difusão de conteúdos e, o mais importante, a sua produção (Castells & Cardoso, 2006).

O objetivo deste artigo é analisar as duas páginas feministas no Facebook com maior número de seguidores no Brasil e em Portugal em março de 2016: a brasileira Não me Kahlo, com 534.261 mil “curtidas” na época, e a portuguesa Capazes, na altura com aproximadamente 145 mil “gostos”.

Segundo Azevedo, Burigo, Burigo, Delajustine e Teixeira (2016), com o crescimento do ciberativismo, ou seja, o ativismo nas redes cibernéticas, o movimento feminista encontra uma nova fase para as suas ações, potencializando as suas reivindicações. “A possibilidade de disseminação de ideias feministas propiciou maior acesso ao movimento e fez com que o protagonismo crescesse. Militantes e simpatizantes se construíram e consolidaram a partir de redes sociais e blogs” (Azevedo et al., 2016, p. 66).

As redes sociais online (Twitter, Facebook, Youtube, Instagram, entre outras) são, sem dúvida, importantes ferramentas para o ciberativismo. De acordo com Tomazetti (2015), essas redes possuem “nós” feministas com segmentos múltiplos: de organização ativista; de reflexão; de conteúdo irónico; provocativo; de prática institucional; de movimentos mundiais; e assim a lista de nuances continua” (Tomazetti, 2015, p. 8).

Pereira (2011, pp. 248-249) defende que as “tecnologias não apenas se tornaram instrumentos de fundamental importância para a organização e articulação de tais coletivos sociais, como também proporcionaram a formação de novos movimentos sociais e novas formas de ativismo”. Estes, na perspetiva do autor, passam a caracterizar-se com base numa atuação cada vez mais em forma de rede, pela formação de amplas coalizões e pelo enlaçamento ou agregação de grupos identitários, frequentemente segundo a geografia das comunidades culturais, linguísticas ou a identificação e compartilhamento de certos valores. É o caso das páginas Não me Kahlo e Capazes, que analisaremos a seguir como exemplos das novas tendências nas formas de ação coletiva.

OBJETO DE ESTUDO E PERCURSO METODOLÓGICO

A página brasileira Não Me Kahlo foi criada em 2015 e tem origem no coletivo feminista com o mesmo nome, fundado em 2013, formado por cinco jovens ativistas com diversas formações académicas: Bruna de Leão Rangel e Paola Barioni (advogadas), Thaysa Malaquias (arquiteta), Gabriela Moura (relações públicas) e Bruna de Lara (jornalista). No Facebook, o coletivo define-se “como um espaço de estudo e debate sobre o feminismo em suas diversas vertentes, respeitando a pluralidade social, a individualidade

e valorizando o trabalho em conjunto para a construção de uma sociedade igualitária, dando atenção às demandas e pautas feministas”.

A Capazes é uma associação feminista fundada pelas jornalistas e apresentadoras de televisão Iva Domingues e Rita Ferro Rodrigues, em dezembro de 2014, quando também criaram a página no Facebook. Primeiramente recebeu o nome de Maria Capaz e em novembro de 2015 mudou para a designação atual. A Capazes identifica como objetivo “promover a informação e sensibilização para a igualdade de género, defesa do direito das mulheres e empoderamento das mesmas”.

Para a análise das duas páginas no Facebook foram recolhidos e contabilizados todos os *posts* de cada uma durante o mês de março de 2016. Este foi escolhido por ser o mês em que se celebra o Dia Internacional da Mulher, 8 de março, “uma das efemérides mais marcantes para as organizações e ativistas que lutam pela igualdade de género” (Cerqueira & Cabecinhas, 2015, p. 38).

A escolha desses objetos de análise justifica-se pelo facto de serem as páginas feministas com maior número de seguidores no Brasil e em Portugal na rede social mais popular mundialmente, o Facebook. Além disso, a comparação entre os dois países possibilita uma melhor compreensão das especificidades dos sistemas, culturas e padrões de pensar e agir (Esser & Vliegenthart, 2016, p. 4). Comparar o ativismo feminista online nesses dois países é também importante para combater a generalização do movimento – a *over-generalization* (Esser & Vliegenthart, 2016) e observar a diversidade de causas e sujeitos, tão valorizada pelas teorias feministas de terceira vaga.

Nesta perspetiva, queremos responder às seguintes questões: quais as temáticas abordadas nas páginas dos dois países? Que feminismos são contemplados nos conteúdos disponíveis? A diversidade proposta pela terceira vaga feminista tem espaço nos discursos apresentados? Em realidades sociais diferentes, Brasil e Portugal, que semelhanças e diferenças podemos encontrar nestas páginas?

Utilizamos a ferramenta Netvizz, disponibilizada pelo próprio Facebook, como um método digital que possibilita o mapeamento de conteúdo e coleta de dados sobre as interações nas páginas (Magalhães & Marôpo, 2016). Assim, foi criada uma lista com todas as postagens (e os respetivos *links* para acessá-las) e disponibilizados os dados sobre o *engagement* dessas, ou seja, a soma do número de partilha, comentários e reações (“gosto” ou outros).

Num primeiro momento, foi analisado o conjunto de postagens de cada página para identificar os temas abordados. Essa análise permitiu

classificar os *posts* de acordo com a temática central em 10 categorias, conforme indicado na secção seguinte. Em seguida, realizámos uma análise de conteúdo de cunho qualitativo sobre estas temáticas, com destaque para as postagens do dia 8 de março (Dia Internacional da Mulher). Identificámos também as três postagens que obtiveram maior *engagement* em cada página durante o referido período.

NÃO ME KAHLO E CAPAZES NO FACEBOOK

Na página brasileira Não me Kahlo encontramos um total de 106 postagens no período analisado. A maior parte destas foi produzida pelo próprio coletivo, mas também são partilhados conteúdos de meios de comunicação tradicionais ou alternativos (estes últimos com menos frequência) ou de outras páginas no Facebook. Predominam ilustrações e vídeos curtos de campanhas ligadas ao feminismo e também notícias sobre assuntos ligados à temática.

Com 171 postagens, a página portuguesa Capazes tem quase a totalidade dos conteúdos provenientes do seu site oficial¹. São textos de colaboradoras ligadas à associação (cerca de 150 mulheres são identificadas como cronistas da página, com foto e um breve perfil), mas há também colaboradoras externas que atendem ao apelo por contributos no site. Predominam os relatos pessoais de experiências positivas ou negativas sobre a condição feminina, num tom confessional e literário. A página, ao contrário da sua congénere brasileira, inclui publicidade. Neste mês, encontramos publicidade da marca de manteiga Matinal e do produto de higiene íntima Saforelle.

Quanto às temáticas abordadas, encontramos uma forte incidência da “violência contra a mulher” nas duas páginas, mas as diferenças entre os dois perfis são bastante significativas (Tabela 1).

TEMÁTICAS	POSTAGENS NÃO ME KAHLO: 106	POSTAGENS CAPAZES: 171
Violência contra a mulher	35	29
Igualdade profissional	6	17
Estereótipos de género	12	18
Racismo	8	1
Questões de classe	4	1
Questões LGBT	3	6

¹ Ver <https://capazes.pt/>

Vivências	0	27
Outras causas sociais	21	10
Reflexão sobre o feminismo	6	40
Outros	11	22

Tabela 1: Temáticas abordadas nas páginas Não me Kahlo e Capazes no Facebook

Na Não me Kahlo, a temática “violência contra a mulher” é a mais frequente, com um total de 35 *posts*. Dividimos essa categoria em subcategorias, para uma melhor visualização dos tipos de violência tratados. Foram encontrados *posts* sobre feminicídio² íntimo (8), feminicídio não íntimo (2), violência doméstica (2), assédio sexual (7), violação (4) e outras violências (5) (como a violência psicológica, por exemplo). Contabilizamos ainda um total de sete *posts* que abordam mais de um destes tipos de violência.

Estas postagens são em grande parte notícias publicadas pelos média tradicionais sobre assassinatos de mulheres por seus parceiros ou por outras pessoas. A comunicação social serve também como fonte de informação para a produção de conteúdos pelo coletivo. O vídeo “Feminismo não é mimimi”, por exemplo, contrapõe comentários desmerecendo a causa feminista com notícias de diversos jornais brasileiros sobre a violência contra a mulher, alcançando o segundo maior *engagement* da página no período analisado: 34.400.

As publicações sobre “violência contra a mulher” incluem também casos de assédio e questões internacionais, como a mutilação genital em países da África. A página partilha ainda denúncias divulgadas nas redes sociais de mulheres vítimas de violência. Além disso, cria³ ou partilha campanhas online sobre o tema. O *print* de uma ilustração criticando a culpabilização da vítima de estupro, por exemplo, alcançou um *engagement* de 29.081, o terceiro maior da página no período em estudo. Publicado originalmente pelo perfil do Twitter Mua ha ha @Lesbicapeta, o texto da ilustração afirma: “falar para uma mulher mudar de “comportamento” para evitar estupros é o mesmo que dizer ‘se modifique para ele estuprar outra no seu lugar’”. “Sempre vai existir uma garota menos sóbria, menos segura, andando sozinha por aí e ela merece estar tão segura quanto você”.

² Feminicídio é o homicídio de pessoas do sexo feminino por questões de gênero. Feminicídio íntimo é quando essa morte é causada por alguém do seu ciclo familiar ou de amigos. Feminicídio não-íntimo ocorre quando o autor não tem nenhum tipo de relação afetiva com a vítima.

³ O coletivo criou, por exemplo, a campanha #meuamigosecreto, com grande repercussão nas redes sociais no final de 2015. A ideia é fazer um paralelo com a tradicional brincadeira de amigo oculto para expor atitudes machistas que passam despercebidas.

A grande incidência de postagens sobre o feminicídio íntimo reflete em parte a visibilidade dada ao assassinato, em 10 de março, da estudante Louise Ribeiro (20), na Universidade de Brasília, por Vinícius Neres (19), um colega de curso com quem se recusou a ter um relacionamento. O crime teve grande repercussão nos principais meios de comunicação brasileiros.

Sobre “igualdade profissional” encontramos seis *posts* partilhados de outras fontes (jornais ou sites noticiosos) que revelam conquistas profissionais de mulheres, denunciam discriminação ou desigualdade salarial entre homens e mulheres ou revelam a luta feminina por reconhecimento profissional.

Na categoria “estereótipos de género”, a grande maioria dos 12 *posts* encontrados aborda numa perspetiva crítica as exigências sociais em relação à aparência das mulheres, questionando a pressão por um corpo perfeito e pelo peso ideal. O “racismo” é tema de oito *posts*, a maioria com denúncias de situações de discriminação no Brasil que afetam homens e mulheres. Quatro *posts* discutem “questões de classe”, referindo a estigmatização de empregadas domésticas no país, as dificuldades de mobilidade social e conflitos entre classes sociais.

Na temática “questões LGBT”, três *posts* noticiam conquistas: o reconhecimento pela 1ª Vara da Família e Sucessões do Foro Regional de Pinheiros (São Paulo) da dupla maternidade de duas crianças, que foram geradas por fertilização artificial; a recusa do cantor Adam Lambert de interpretar um travesti no *remake* do filme *Rocky Horror Picture Show*, por acreditar que atrizes travestis e transexuais também devam ter espaço e a mobilização da atriz canadiana Ellen Page, que visitou o Brasil no âmbito do seu ativismo em favor da comunidade LGBT.

A categoria “outras causas sociais”, com 21 publicações, é em grande parte dedicada a divulgar conteúdos produzidos pelo Movimento Down no âmbito da campanha pelo Dia Mundial da Síndrome de Down, 21 de março. Nesta categoria, encontramos também *posts* que abordam diferentes aspetos da crise política no Brasil, marcada nesta época por uma forte polarização do discurso entre apoiantes do *impeachment* de Dilma Rousseff e os que denunciavam o “golpe” contra a presidente. Sem referir diretamente uma posição em relação ao conflito, os conteúdos originais ou partilhados criticam claramente pontos de vista conotados com apoiantes do *impeachment*.

A categoria “reflexões sobre o feminismo” incide sobre seis publicações, que incluem divulgações de eventos feministas e entrevistas com ativistas. Na categoria “outros”, estão inseridas 11 postagens partilhadas de

outras páginas feministas no Facebook, agradecimentos pelo crescimento do número de seguidores da página e divulgação do livro *#MeuAmigoSecreto: feminismo além das redes* (Edições de Janeiro) da autoria do coletivo feminista. A categoria “vivências” não teve postagens na página brasileira.

Já na página Capazes, a categoria “reflexões sobre o feminismo” obteve o maior número de postagens: 40. Estas incluem abordagens sobre o feminismo enquanto causa social e são feitas por meio da divulgação de eventos feministas, de entrevistas com foco no feminismo (com a fadista Ana Moura, por exemplo) e do projeto Capazes nas Escolas (uma ação para divulgar os direitos das mulheres entre os estudantes e promover a igualdade de género).

A “violência contra a mulher” é outra categoria de destaque na página portuguesa, com um total de 29 postagens. Como subcategorias, há maior incidência da “violência doméstica” (8) e da “violência psicológica” (15), principalmente relatos pessoais de vítimas portuguesas e denúncias de casos internacionais, além de um vídeo produzido pela Capazes com o antropólogo feminista Miguel Vale de Almeida, que analisa o fenómeno da violência doméstica em Portugal. O “femicídio não-íntimo” está presente na carta aberta “Ontem mataram-me”, escrita pela estudante Guadalupe Acosta sobre o assassinato de duas turistas argentinas, Marina Menegazzo (21) e María José Coni (22), no Equador, em fevereiro de 2016. Com significativa repercussão mundial, a carta também foi divulgada pela Não me Kahlo.

Uma das grandes diferenças entre as duas páginas dá-se na categoria “vivências”, ausente na página brasileira, mas com 27 postagens na página portuguesa. Essa categoria foi criada para encaixar o grande número de publicações da Capazes com relatos individuais de mulheres sobre temas diversos como amizade, solidão, autocobrança e autoconhecimento.

Na categoria “estereótipos de género”, encontramos 18 postagens, na totalidade crónicas, que discutem a imposição de papéis sociais às mulheres no âmbito da maternidade, das tarefas domésticas, entre outros. Também com grande incidência, a categoria “igualdade profissional” inclui 17 postagens que denunciam situações de desigualdade no mercado de trabalho ou destacam conquistas femininas neste âmbito.

A categoria “racismo” tem um único *post* na Capazes, que aborda a polémica do poema “Abecedário sem juízo”, de Luísa Ducla Soares, onde consta o verso “H é a Helena, é preta, diz que é morena”. A crónica “Afinal qual é o plano?”, de Ana Vicente, critica a inclusão do referido poema no manual de Português do 2º ano, *O Mundo da Carochinha*. Encontramos também um único *post* na categoria “questões de classe”. A crónica “A

empregada do Lopes”, de Patrícia Motta Veiga, conta a história de uma mulher obrigada a trabalhar como empregada doméstica aos 14 anos, vítima de exploração e assédio sexual do patrão.

Seis *posts* abordam “questões LGBT”, com grande destaque para a adoção de crianças por casais homossexuais. O tema tinha grande visibilidade pública na época devido a entrada em vigor da nova lei que permite a casais do mesmo sexo adotarem a partir de 1 de março, após percurso de avanços e recuos, que incluiu um veto presidencial à lei aprovada no parlamento.

Na temática “outras causas sociais”, com 10 *posts*, foram divulgadas por exemplo campanhas a favor da eutanásia, contra o abuso sexual de crianças, prevenção de diabetes e mensagem de solidariedade pelos atos terroristas em Bruxelas que mataram 35 pessoas e feriram mais de 300 pessoas em 22 de março de 2016. Este último *post* – uma ilustração com o texto “Capazes contra o terrorismo. O medo não vencerá. Um abraço de coragem para Bruxelas #capazescontraoterrorismo” – obteve o maior *engagement* da página no mês analisado: 2878.

A categoria “outros”, 22, traz, entre outros temas, publicidades de produtos comerciais, como é o caso da propaganda da manteiga “matinal”, que aparece pelo menos três vezes no mês analisado.

O DIA DA MULHER

O Dia Internacional da Mulher é comemorado em 8 de março e a efeméride tem sido utilizada nas últimas décadas para estimular o debate social sobre a causa feminista. Nesta perspectiva, achamos importante analisar de maneira mais aprofundada como as duas páginas agendam e enquadram a efeméride. Destacamos aqui especificamente as postagens neste dia, mas as publicações com referência à data começaram já antes.

A página Capazes veiculou um total de 23 *posts* em 8 de março, fruto de reflexões sobre a data e da cobertura do evento “Shots feministas”, organizado pela associação em parceria com o Village Underground Lisboa⁴. O encontro realizado no Museu da Carris, na capital portuguesa, com entrada livre, reuniu especialistas para debater numa perspectiva feminista temas que incluíam, entre outros, igualdade de género, parentalidade, a violência contra a mulher, os direitos da comunidade LGBT e a relação entre o feminismo e áreas como a política ou os média.

⁴ Espaço de *cowork*, incubadora de indústrias criativas e espaço de eventos multiculturais sediado no Museu da Carris, em Lisboa.

O objetivo, explica a página, é “pensar o Dia da Mulher de forma diferente”. Este “diferente” parece ser a promoção de um tom de reflexão em detrimento da comemoração, como demonstram várias das publicações. A crónica “Queremos o mundo” (por Rita Ferro Rodrigues, fundadora da associação) afirma que as mulheres não querem flores ou bombons pela data, mas igualdade de direitos e oportunidade. Outra crónica, “Um dia da mulher assinalado no feminino” (por Lúcia Gonçalves), defende que a maior luta que deve ser travada é com as próprias mulheres. Já “15 formas de educar uma feminista” (por Mikaela Óven) defende que uma parentalidade consciente é obrigatoriamente feminista e afirma: “só quando as palavras “feminista” e “feminismo” não causarem polémica nenhuma é que o nosso trabalho estará feito”.

Além de fotos, depoimentos e breves informações sobre os debates nos “Shots feministas”, as postagens da Capazes no dia 8 incluem também dois *gifs* defendendo a igualdade de género nas profissões. O primeiro deles, intitulado “Lugar de mulher é onde ela quiser”, mostra mulheres realizando atividades profissionais frequentemente conotadas como masculinas. O segundo, com o mesmo título, mostra mulheres que contribuíram de forma destacada para a evolução da ciência ao longo da história. Os dois *posts* estão respetivamente em segundo lugar (1820) e terceiro lugar (1501) entre os de maior *engagement*. Os referidos *gifs* também estão entre as publicações da Não me Kahlo no mês de março de 2016, mas não nesse dia.

A página brasileira Não me Kahlo fez apenas quatro postagens no Dia da Mulher. Duas delas abordam a temática de maior incidência na página: a “violência contra a mulher”. A primeira é uma ilustração que recomenda: “nesse dia das mulheres pegue essas flores e coloque no túmulo das mulheres que foram assassinadas por seus companheiros”, inspirada pela campanha #NãoQueroFlores, criada pelo coletivo feminista Lado M para marcar a efeméride em 2016. A campanha alcançou grande repercussão nas redes sociais no Brasil e é o *post* com maior *engagement* da página: 43.200.

A segunda publicação é um vídeo produzido pelo próprio coletivo que denuncia diversos tipos de violência contra a mulher ao som de “Rosa”, composição de Pixinguinha e Otávio de Sousa (1917) que exalta a figura feminina e que se tornou um clássico da música brasileira. O texto que apresenta o vídeo critica com ironia homenagens romantizadas à mulher por não contribuírem para combater a violência de que são alvo ou para mudar as suas condições de vida.

A terceira postagem é uma partilha da peça “Dia da Mulher: ativistas comentam hashtags sobre poder feminino”, veiculada originalmente no

portal globo.com no mesmo dia 8. Com depoimentos em vídeos e imagens, cinco jovens ativistas comentam o impacto das campanhas feministas na internet, entre elas Gabriela Moura, membro do coletivo Não me Khalo.

Por fim, o coletivo aproveita o Dia da Mulher para divulgar o primeiro livro de sua autoria *#MeuAmigoSecreto: feminismo além das redes* (Edições de Janeiro), lançado em maio de 2016. Inspirado pela grande repercussão desta (de autoria do próprio coletivo, como referimos anteriormente) e de outras campanhas feministas nas redes sociais, o livro aborda temas como o feminismo negro, machismo no mundo *geek*, cultura do estupro, sexualidade feminina e vários outros.

CONCLUSÃO

O estudo que realizámos neste artigo comparou o ativismo no Facebook de duas páginas feministas, Não me Khalo (Brasil) e Capazes (Portugal), durante o mês de março de 2016. As realidades distintas estudadas contribuem para uma melhor compreensão da globalização da ação coletiva. As duas páginas compartilham valores como o combate à violência contra a mulher e aos estereótipos de género, a reflexividade sobre o feminismo e uma atenção a outras causas sociais. Podemos referir também, em comum, uma atenção ainda incipiente a questões LGBT. Por outro lado, este estudo comparativo permitiu perceber diferenças significativas decorrentes das características do ativismo de cada página.

Em Portugal, prevalecem discursos num tom intimista, confessional, no que podemos chamar de feminismo na primeira pessoa. As posições políticas não são muito explícitas e as denúncias de desrespeitos aos direitos das mulheres são pontuais. As ativistas (celebridades nacionais) “importaram” um reconhecimento público anterior no âmbito dos média tradicionais para a sua atividade feminista nas redes sociais e na sociedade civil. O ativismo também se reverte como atividade potencialmente lucrativa através dos anúncios na página.

No Brasil, encontramos um feminismo como causa coletiva, em discursos fortemente politizados, onde as mulheres são representadas mais frequentemente enquanto grupo social (com exceção dos casos individuais de vítimas de feminicídio). Prevalece um tom reativo (em relação a casos factuais de vitimização das mulheres no país), de denúncia ou reivindicativo. Aqui, ativistas anónimas começam a “exportar” o reconhecimento que conquistaram nas plataformas online para a esfera mediática e para o mercado editorial (o que se pode constituir como fonte de rendimentos).

As postagens de 8 de março, Dia da Mulher, também refletem as diferenças entre as páginas. No Brasil, o tema de destaque é a violência contra a mulher, especificamente o feminicídio. Na página portuguesa, o próprio feminismo como causa é destacado, juntamente com a igualdade profissional entre homens e mulheres.

Além disso, os diferentes contextos dos dois países influenciaram fortemente as diferenças apontadas acima e também a participação da audiência nas páginas. Percebemos as redes sociais online como espaços intermediários que não estão desligados do mundo offline. Nesse sentido, importa sublinhar as diferentes conjunturas dos dois países que influenciaram diretamente os resultados encontrados. No caso português, os direitos das mulheres e da comunidade LGBT têm vindo a ser sedimentados pela legislação – o país legalizou a interrupção voluntária da gravidez e a união civil e adoção por casais homossexuais, por exemplo – e gradualmente aceites pela sociedade. No Brasil, ainda se luta por avanços numa legislação conservadora em temáticas como a interrupção voluntária da gravidez e a união civil de homossexuais, sendo a violência de género uma preocupação central (o país tem a quinta maior taxa de feminicídio do mundo, segundo a ONU).

Nesta perspetiva, as três postagens com maior *engagement* na Não me Kahlo tratam de uma única temática: a “violência contra a mulher”, em tom de denúncia. Na Capazes, as duas postagens de maior *engagement* tratam sobre a “igualdade da mulher” no mundo profissional e a terceira é uma mensagem de solidariedade às vítimas do atentado terrorista em Bruxelas, em março de 2016. Estas postagens da página portuguesa têm em comum o facto de terem sido produzidas especificamente para a divulgação nas redes sociais – mensagens mais curtas e dinâmicas, *gifs*, ilustrações ou vídeos – ao contrário da maior parte das publicações da página, que diz respeito a textos longos (geralmente crónicas), veiculados originalmente no site da Capazes.

Este estudo revela de maneira exploratória como as ferramentas digitais interativas são utilizadas para promover o feminismo em duas realidades diferentes. O mesmo pretende ser um ponto de partida para uma análise mais aprofundada acerca das representações sobre o papel social da mulher, nas redes sociais online, no contexto brasileiro e português.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Azevedo, D., Burigo, B. D., Burigo, J., Delajustine, A. C. & Teixeira, T. (2016). A Joanna sou eu, mas a casa é nossa: a emergência de um locus midiático colaborativo feminista. *Revista Café com Sociologia*, 5, 64-77. Retirado de <https://revistacafecomsociologia.com/revista/index.php/revista/article/view/636/pdf>
- Castells, M. & Cardoso, G. (Eds.) (2006). *A sociedade em rede: do conhecimento à ação política*. Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- Cerqueira, C. & Cabecinhas, R. (2015). A cobertura jornalística do Dia Internacional das Mulheres na imprensa portuguesa: mudanças, persistências e reconfigurações. *Novos Olhares: Revista de Estudos Sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos*, 4(1), 37-51. DOI: 10.11606/issn.2238-7714.no.2015.102209
- Esser, F. & Vliegthart, R. (2016). Comparative research methods. In J. Matthes, R. Potter & C. S. Davis (Eds.), *International encyclopedia of communication research methods* (pp. 1-22). Londres: Wiley-Blackwell. DOI: 10.1002/9781118901731.iecrm0035
- Magalhães, M. & Marôpo, L. (2016). Investigação em comunicação digital: uma reflexão sobre métodos para a análise de redes sociais. *Revista Comunicando*, 5(1), 86-103. Retirado de <http://www.revistacomunicando.sopcom.pt/ficheiros/20160706-artigo5.pdf>
- Pereira, M. (2011). Internet e mobilização política: os movimentos sociais na era digital. *IV Encontro da Compolítica*, Rio de Janeiro: UERJ. Retirado de <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/03/Marcus-Abilio.pdf>
- Tomazetti, T. P. (2015). O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero. *Razón y Palabra*, 90, 1-17. Retirado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/viewFile/334/371>

Citação:

Magalhães, M., Marôpo, L. & Amaral, I. (2018). Ativismo feminista no Facebook: uma análise comparada das páginas Não me Kahlo (Brasil) e Capazes (Portugal). In M. Oliveira & S. L. Évora (Eds.), *Livro de atas do XII Congresso da Lusocom – Cibercultura, regulação mediática e cooperação* (pp. 15-26). Braga: CECS.