

---

## O uso do Instagram como ferramenta de comunicação e mobilização social: um estudo do perfil do movimento “Posse do Reitor Eleito”<sup>1</sup>

Max Suel PRAXEDES<sup>2</sup>  
Antonino CONDORELLI<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### RESUMO

A partir das perspectivas dos teóricos Alain Touraine (2006), Manuel Castells (2003; 2013) e Raquel Recuero (2009), o texto apresenta uma breve abordagem conceitual dos movimentos sociais e as relações construídas com as redes sociais. A presente pesquisa tem como objeto de estudo a rede social Instagram, com recorte no perfil do movimento “Posse do Reitor Eleito”, que surgiu em abril de 2020, após a ação do Ministério da Educação em não nomear o reitor eleito pela comunidade acadêmica do Instituto Federal do Rio Grande do Norte. A argumentação apresentada no texto pretende destacar o papel do Instagram na interação social e na construção de uma sociedade em rede, apresentando estatísticas em relação à plataforma, com o objetivo de entender melhor a potencialidade da rede social como meio de comunicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Instagram; Internet; Movimentos Sociais; Redes Sociais; Tecnologias da Informação e Comunicação.

### Introdução

Desde o seu início, o Século XXI tem sido caracterizado como um período de transformações sociais, principalmente pela difusão e utilização da Internet e de tecnologias da informação (CASTELLS, 2003). Em decorrência desse avanço tecnológico, surgiram também os espaços virtuais de relações sociais, as chamadas redes sociais.

O crescimento da Internet e das redes sociais nas últimas décadas provocou consideráveis mudanças na forma como os usuários se relacionam entre si, além de trazer mudanças nos modos de consumo e difusão de informação. Dessa forma, “quando novos meios de comunicação são desenvolvidos e introduzidos, eles mudam as maneiras pelas

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ07 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do 5º período do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: [maxsuelpraxedes@gmail.com](mailto:maxsuelpraxedes@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho e professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), e-mail: [profantoninocondorelli@gmail.com](mailto:profantoninocondorelli@gmail.com).

---

quais os indivíduos se relacionam uns com os outros e com eles próprios” (THOMPSON, 2011, p.9-10).

As Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) afetam todas as questões do mundo moderno, incluindo os movimentos sociais. O uso intensivo da Internet e principalmente das redes sociais tem sido um denominador comum nas manifestações populares ocorridas nos últimos anos. A Internet revolucionou a busca por mudança social. As pessoas podem assinar uma petição, fazer uma reclamação ou exigir prestação de contas e uma série de outras questões de quase qualquer lugar do mundo.

A presente pesquisa tem como objeto de estudo a rede social Instagram, com recorte do perfil público do movimento “Posse do Reitor Eleito” na plataforma. Com o intuito de contribuir para a compreensão da relação entre o uso das redes sociais com os movimentos sociais, a pesquisa, de natureza qualitativa, fará uso do método estudo de caso, técnica de pesquisa que possibilita abordagens específicas de coletas e análise de dados, de forma ampla, do objeto investigado (YIN, 2001).

Além disso, o trabalho busca compreender a nova dinâmica dos movimentos sociais na sociedade em rede. Para atingir esse objetivo, será necessário um levantamento bibliográfico acerca dos movimentos sociais, bem como o levantamento de dados sobre o Instagram, além da coleta de publicações, através do aplicativo da rede social, usando o mapeamento netnográfico, estratégia utilizada para coleta e análise de dados em ambientes ou comunidades das redes sociais (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

### **Os movimentos sociais na era digital**

O termo “movimento social” tem sido utilizado para definir diversas manifestações sociais e culturais nas últimas décadas. O sociólogo francês Alain Touraine (2006) reserva a ideia de movimento social a “uma ação coletiva que coloca em causa um modo de dominação social generalizada” (TOURAINÉ, 2006, p.18).

De acordo com Touraine, é necessário reconhecer, de forma clara, em cada tipo de sociedade, os movimentos sociais propriamente ditos, bem como suas lutas e movimentos históricos, considerando que cada movimento carrega marcas de sua sociedade. A teoria sociológica dos movimentos sociais, que o sociólogo desenvolveu

---

durante a década de 1970 e início dos anos 80, tem sua origem na consciência dos trabalhadores, a partir da perspectiva de movimento operário<sup>4</sup>.

Touraine define que, para ser considerado um movimento social, o fenômeno deve se basear em três princípios: o da identidade, compreendido como a capacidade de um ator definir a si mesmo enquanto ator; o de oposição, entendido como a capacidade de identificar e definir seu adversário; e o princípio de totalidade, referente a temas em comum que estariam em jogo no conflito.

A dimensão coletiva é uma característica fundamental dos movimentos sociais, apontada em diversas definições teóricas estudadas ao longo da história e que explicam porque a noção de ação coletiva é geralmente usada como sinônimo de movimento social. “Os protestos contemporâneos envolvem ativistas e temas que atravessam fronteiras e se dirigem, muitas vezes, a instituições multilaterais ou a uma opinião pública transnacional (ALONSO, 2006, p.74).

O sociólogo Manuel Castells (2013) propõe uma análise dos movimentos sociais surgidos no início da década de 2010. Castells desenvolve aspectos do que ele conceitua como sociedade em rede, período que teria início após o aceleração das transformações tecnológicas da comunicação, na chamada era da informação. Segundo Castells, amplia-se o alcance dos meios de comunicação para todos os domínios da vida social, numa rede que é simultaneamente global e local, genérica e personalizada, num padrão que está em constante mudança.

Castells sugere, ainda, que a mudança do ambiente comunicacional afetou diretamente as normas de construção, de significado e, portanto, a produção de relações de poder. Desse modo, observa-se que o que o autor chama de autocomunicação de massa fornece a plataforma tecnológica para a construção da autonomia do ator social, seja ele individual ou coletivo, em relação às instituições da sociedade.

Sabemos que os movimentos sociais podem ocorrer em âmbito regional, nacional e global, se dando quando grupos de pessoas ou organizações trabalham a favor ou contra mudanças em questões sociais ou políticas. Nesse sentido, faz-se necessário o esclarecimento dos conceitos de ciberespaço e de cibercultura, explicados pelo filósofo Pierre Lévy (1999), que aborda a temática da seguinte maneira:

---

<sup>4</sup> O movimento operário se refere à organização coletiva de trabalhadores para a defesa de seus próprios interesses, particularmente através da implementação de leis específicas para reger as relações de trabalho.

---

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17).

Para compreender os movimentos sociais dentro dos ambientes digitais, especialmente nas redes sociais, é necessária a contextualização do que é ciberativismo. Uma petição *on-line*, o uso de *hashtags*<sup>5</sup> contra ou a favor de algo, a criação de sites de denúncia, ou até mesmo a organização de protesto promovido em uma rede social, esses tipos de ações são chamadas de ciberativismo.

Dessa forma, o ciberativismo se apresenta como uma importante forma de mobilização social, promovendo novas maneiras de envolver manifestantes. Além disso, as ações realizadas no ambiente digital podem ser importantes em países onde os espaços públicos são fortemente regulamentados ou estão sob controle militar. Nesses casos, as ações *on-line* surgem como uma opção mais segura do que as ações presenciais, sem colocar em risco a integridade física de participantes.

A partir dessa perspectiva, Castells (2013) analisa a onda de protestos iniciados pelos países árabes no final de 2010, que ficou conhecida como “Primavera Árabe”. Redes sociais como Facebook, Twitter e YouTube forneceram autonomia para essas revoluções que, como afirma o autor, repercutiram para outros lugares do mundo, provocando outras revoluções como “*Los Indignados*”<sup>6</sup>, na Espanha, e “*Occupy Wall Street*”<sup>7</sup>, nos Estados Unidos. Os movimentos sociais estudados por Castell apresentam características comuns:

São conectados em rede de múltiplas formas. O uso das redes de comunicação da internet e dos telefones celulares é essencial, mas a forma de conectar-se em rede é multimodal. Inclui redes sociais *on-line* e *off-line*, assim como redes preexistentes e outras formadas durante as

---

<sup>5</sup> As *hashtags* são palavras-chave ou termos associados a uma informação, com o uso do símbolo “#”. Nas redes sociais, servem como uma indicação, tanto para usuários quanto para algoritmos, de que determinado conteúdo está relacionado a um tópico específico ou que pertence a uma determinada categoria. As *hashtags* ajudam a tornar o conteúdo detectável em pesquisas realizadas nas plataformas que possibilitam o seu uso.

<sup>6</sup> Os protestos de 2011 na Espanha, também conhecidos como “*Movimiento 15-M*” e “*Spanish revolution*”, são uma série de protestos espontâneos, inicialmente organizados pelas redes sociais, que reivindicam uma mudança na política e na sociedade espanhola.

<sup>7</sup> Os protestos do *Ocupe Wall Street* começaram na cidade de Nova York. Os manifestantes formaram acampamentos perto de *Wall Street*, no *Zuccotti Park* para protestar contra a ganância corporativa e a desigualdade econômica.

---

ações do movimento. Formam-se redes dentro do movimento, com outros movimentos do mundo todo, com a blogosfera da internet, com a mídia e com a sociedade em geral. As tecnologias que possibilitam a constituição de redes são significativas por fornecer a plataforma para essa prática continuada e que tende a se expandir, evoluindo com a mudança de formato de movimento (CASTELLS, 2013).

No Brasil, as manifestações “Jornadas de Junho”, que aconteceram em 2013, podem ser consideradas como um marco da história política contemporânea do país. As manifestações se distribuíram por todo o Brasil e tiveram como pautas: a redução do preço das tarifas de transportes urbanos; as ações de resistência pacífica; a insatisfação contra os gastos públicos com grandes eventos, a exemplo da Copa do Mundo da FIFA, realizada no Brasil em 2014; e a violência policial.

O uso da Internet e das redes sociais pode impactar direta e indiretamente acontecimentos do mundo real. Movimentos sociais podem ser beneficiados pelo uso das redes, assim como movimentos que nasceram nas redes podem crescer para além delas. “O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede” (CASTELLS, 2013). Desse modo, os movimentos sociais que ocupam os ambientes digitais colocam em prática o exercício da liberdade e cidadania.

### **O Instagram como ferramenta de comunicação**

As plataformas acessadas através da Internet são compreendidas como redes pertencentes aos ambientes digitais, identificadas por um determinado modelo de distribuição, organização de conteúdo e linguagem visual, que permitem novos modos de produção e distribuição de conteúdo. A partir dos anos 90, com o advento da Internet, o contexto da era digital trouxe características específicas de produção, com foco na velocidade da informação e na interatividade através das redes sociais.

Uma rede social é definida como um conjunto de dois elementos: atores (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas conexões (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões. (RECUERO, 2009, p. 24).

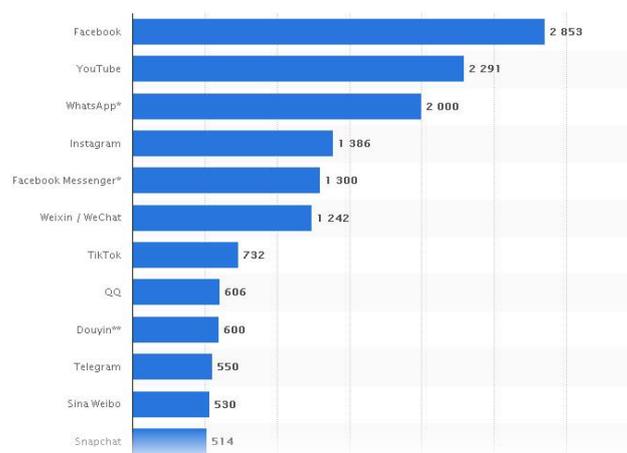
O Instagram foi lançado em 2010 pelos engenheiros de *software* Kevin Systrom e Mike Krieger, com a proposta inicial de compartilhamento de fotos, permitindo a replicação de conteúdo em outras redes sociais. Semelhante a outras plataformas, a exemplo do Twitter, o Instagram tem a opção de seguir outras contas dentro da sua própria rede.

O Instagram tem como principal característica ser uma plataforma visual, que permite ao usuário a produção de conteúdo nos formatos de fotos e vídeos, com a possibilidade de aplicação de filtros e compartilhamento do resultado em um perfil, bem como em outras redes sociais, como Facebook, Twitter, Telegram e WhatsApp.

A produção de conteúdo em forma de texto é outra possibilidade promovida pelo Instagram. Os textos, chamados de “legendas”, acompanham as imagens ou vídeos que são publicados no perfil de cada usuário. No espaço destinado à produção textual, é possível utilizar recursos como *emojis*<sup>8</sup> e *hashtags*, que surgem como ferramentas de informação complementar ao que está sendo publicado.

O aplicativo do Instagram pode ser instalado em dispositivos móveis, de forma gratuita. A plataforma permite ainda o acesso e a interação através de seu *site*<sup>9</sup>. Nesse sentido, por promover interação entre seus usuários, o Instagram configura-se como uma rede social.

**Figura 1** – Redes sociais mais populares do mundo, classificadas pelo número de usuários ativos (em milhões)



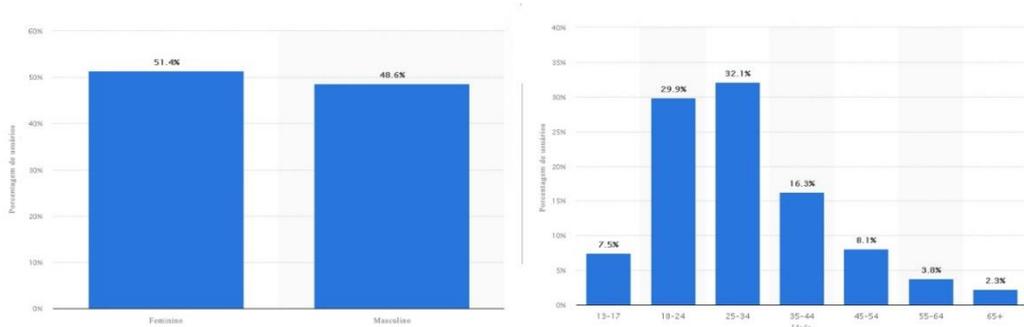
Fonte: Statista. (2021)

<sup>8</sup> O *emoji* é uma representação visual de uma emoção, objeto ou símbolo.

<sup>9</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

De acordo com a Figura 1, o Instagram ocupa o quarto lugar na classificação das redes sociais mais usadas no mundo, ficando atrás do Facebook, YouTube e WhatsApp. Outra métrica realizada pelo Statista (2021)<sup>10</sup> mostra que o Brasil aparece em terceiro lugar na classificação dos países com maior número de usuários na plataforma, atingindo a marca de 110 milhões de usuários.

**Figura 2 - Distribuição geral dos usuários do Instagram por gênero e faixa etária**



**Fonte:** Statista. (2021)

O primeiro gráfico apresentado na Figura 2 mostra que o público feminino é o maior entre os usuários do Instagram, com 51,4%, seguido pelo público masculino, com 48,6%. O segundo gráfico indica que a maior concentração de usuários da rede social está na faixa etária de 25 a 34 anos de idade, com 32,1%. Os dados apresentados são de registros realizados até julho de 2021.

Um estudo realizado pela escritora Christina Newberry (2021) aponta que mais de um bilhão de pessoas usam o Instagram todos os meses. Além disso, a plataforma é a nona consulta mais popular do Google e tem o quarto maior número de usuários de qualquer aplicativo para dispositivo móvel. Segundo Newberry, 11% das pessoas usam o Instagram como fonte de notícias, e no ano de 2020, os usuários gastaram, em média, trinta minutos por dia na rede social.

Um outro estudo, realizado pelo profissional de marketing digital Matt Ahlgren (2020), aponta que as publicações realizadas no Instagram têm, em média, cerca de quatro bilhões de curtidas por dia. Esses dados destacam a importância do Instagram como uma

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

---

plataforma usada pela sociedade para se comunicar e consumir informação de forma *online*.

Vivemos na era da informação e das novas tecnologias, e, diante disso, podemos perceber que o ritmo de propagação de informações tem sido cada vez mais veloz e, nesse panorama de grandes mudanças tecnológicas, a possibilidade de ter imagem, vídeo, som e texto ocupando o mesmo espaço, de forma a se complementarem, modificou não só a forma de se produzir conteúdo, mas também o modo como as pessoas consomem conteúdo.

O Instagram atende um amplo conjunto de necessidades em termos de direcionamento de interação, estimulando em seus usuários o consumo e a produção de conteúdo em um espaço socialmente conectado. As atualizações e novas ferramentas que são frequentemente adicionadas à plataforma fazem com que as pessoas passem a enxergar a rede social como um espaço de oportunidades.

O caso das redes sociais se transformando nas principais fontes de informação é explicado pelo pesquisador Henry Jenkins (2008), que trata do encontro das mídias digitais contemporâneas, bem como do seu caráter colaborativo/participativo, com as mídias tradicionais, classificadas pelo autor como passivas.

Jenkins não acredita que a tecnologia por si só, ao atribuir diversas funções a aparelhos eletrônicos portáteis, funcione como motor de participação dos consumidores. Tal participação é extremamente relevante para que haja uma circulação de conteúdo nas novas mídias, permitindo que as informações possam romper fronteiras. Essa participação representa principalmente a mudança cultural que está por trás do encontro entre o atual e o tradicional, produzindo estímulos à busca de novas informações que possam conectar os múltiplos conteúdos dispersos nas redes.

### **Contextualização e repercussão do movimento em apoio ao reitor eleito do IFRN**

A cada quatro anos a comunidade acadêmica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) passa por um processo de consulta eleitoral, em que aponta seus gestores máximos: reitor e diretores-gerais. A última consulta, realizada em 4 de dezembro de 2019, foi conduzida e finalizada sem irregularidades.

No mesmo ano, a instituição contava com uma comunidade acadêmica espalhada em 18 municípios do Estado. O processo eleitoral, iniciado em outubro de 2019, culminou

com a eleição do professor José Arnóbio de Araújo Filho ao cargo máximo do Instituto. Conduzido pela Comissão Eleitoral Central, na Reitoria do IFRN, e pelas Comissões Eleitorais Locais em cada *campus*, o processo de escolha dos gestores do Instituto teve 29.589 eleitores aptos a votar, entre docentes, estudantes e técnicos-administrativos<sup>11</sup>.

Quinze dias após o resultado das eleições do IFRN, o Ministério da Educação (MEC) emitiu a Medida Provisória (MP) nº 914<sup>12</sup>, que alterava o processo de escolha dos dirigentes de Universidades e Institutos Federais. O texto da MP apontava a figura do reitor *pro tempore*, com designação baseada em casos de “vacância simultânea dos cargos de reitor e vice-reitor e impossibilidade de homologação do resultado da votação em razão de irregularidades verificadas no processo de consulta” (BRASIL, 2019).

No dia 17 de abril de 2020, quatro meses após a publicação da MP nº 914, o então Ministro da Educação, Abraham Weintraub, nomeava, através da Portaria nº 405<sup>13</sup>, o professor Josué de Oliveira Moreira como reitor *pro tempore* do IFRN, embora ele sequer houvesse concorrido ao processo eleitoral, que aconteceu entre outubro e dezembro de 2019. A justificativa para aquela decisão veio a público três dias depois, no perfil oficial do MEC no Twitter:

No andamento do processo eleitoral, o reitor cotado para a vaga passou a ser alvo de um Processo Administrativo Disciplinar. Em observância ao princípio da razoabilidade, até que o caso seja definitivamente resolvido, o MEC designou um reitor *pro tempore*, o professor Josué de Oliveira Moreira, para comandar o IFRN. (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020, *on-line*).<sup>14</sup>

Paralelo à movimentação administrativa e jurídica pela posse do reitor eleito, uma mobilização digital ganhou força nas redes sociais com o movimento “Posse do Reitor Eleito”, com o uso de *hashtags* como: #PosseDoReitorEleito; #PosseDoReitorEleitoJá; #ReitorEleitoReitorEmpossado; #OIFRNJáEscolheu; e #NomeiaMEC.

A mobilização, que surgiu no ambiente digital, promoveu uma série de ações que repercutiram na mídia local e nacional, como *lives*, carreatas, a participação do reitor

---

<sup>11</sup> A Comissão Eleitoral Central do IFRN divulgou, no dia 12 de novembro de 2019, as listas com os nomes de estudantes e de servidores votantes. Disponível em: <<https://portal.ifrn.edu.br/campus/reitoria/noticias/comissao-divulga-lista-de-votantes-e-locais-de-votacao>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

<sup>12</sup> Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/medida-provisoria-n-914-de-24-de-dezembro-de-2019-235278221>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

<sup>13</sup> Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/diarios/293889664/dou-secao-2-20-04-2020-pg-22>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

<sup>14</sup> Disponível em: <[https://twitter.com/mec\\_comunicacao/status/1252345434489511936](https://twitter.com/mec_comunicacao/status/1252345434489511936)>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

eleito e de servidores do IFRN em programas de televisão e rádio, além de manifestações realizadas pela comunidade acadêmica do Instituto.

Além de servir de apoio, apresentando os acontecimentos diretamente ligados à ação do MEC em não nomear o professor José Arnóbio como reitor do IFRN, o movimento registrou e deu visibilidade às reivindicações e ações de outras Instituições de Ensino, que também tiveram reitores *pro tempore* nomeados, ao invés dos candidatos eleitos pela comunidade acadêmica. “As redes horizontais, multimodais, tanto na Internet quanto no espaço urbano, criam companheirismo. Essa é uma questão fundamental para o movimento, porque é pelo companheirismo que as pessoas superam o medo e descobrem a esperança” (CASTELLS, 2013).

Após uma disputa jurídica, administrativa e política que durou oito meses, no dia 21 de dezembro de 2020, o Ministério da Educação cumpriu a decisão judicial assinada pela juíza Gisele Leite, da 4ª Vara Federal da Seção Judiciária do Rio Grande do Norte, reconhecendo a escolha da comunidade acadêmica do IFRN que elegeu, em dezembro de 2019, o professor José Arnóbio como reitor da Instituição. A nomeação foi publicada na edição 243 do Diário Oficial da União<sup>15</sup>.

### **O movimento “Posse do Reitor Eleito” no Instagram**

Criado em abril de 2020, o perfil do movimento “Posse do Reitor Eleito”<sup>16</sup> no Instagram foi a principal ferramenta de comunicação e de mobilização pública da comunidade acadêmica do IFRN. Com 1.602 seguidores, o perfil compartilhou 201 publicações no período de abril de 2020 a maio de 2021.

Após a análise do conteúdo divulgado no perfil, observou-se que as publicações, em sua maioria, são compostas por cartas abertas, convites para *lives*<sup>17</sup> e *tuitaços*<sup>18</sup>, memes, conteúdo jornalístico de veículos externos, além de fotos e vídeos de alunos, ex-alunos e servidores do IFRN demonstrando apoio ao movimento. Todas essas ações evidenciam a prática do ciberativismo realizada pelo movimento.

<sup>15</sup> Disponível em: <<https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/decreto-de-18-de-dezembro-de-2020-295174949>>. Acesso em 17 de junho de 2021.

<sup>16</sup> Disponível em: <<https://www.instagram.com/possedoreitoreleito/>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

<sup>17</sup> *Live* é uma transmissão ao vivo de áudio e vídeo na Internet, geralmente feita por meio das redes sociais.

<sup>18</sup> O termo “*tuitaço*” se refere à manifestação promovida por usuários do Twitter na plataforma, com o envio intenso de mensagens sobre determinado assunto, através do uso de *hashtags*.

Com a posse do reitor eleito efetivada, as publicações foram interrompidas. Os últimos conteúdos publicados aconteceram em maio de 2021, com uma linha de três vídeos, com registros de uma entrevista do professor José Arnóbio para uma rádio local. Na ocasião, o assunto abordado foi o corte orçamentário no IFRN.

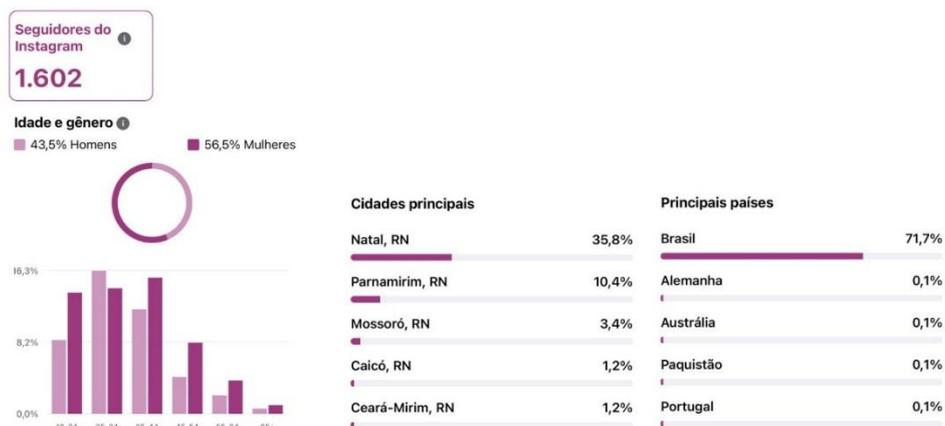
**Figura 3** – Postagens realizadas no perfil @possadoreitoreleito, a cada 30 dias, para marcar o tempo da não nomeação do reitor eleito no IFRN



Fonte: Instagram. (2021)

É importante destacar que a ação do MEC em não nomear o reitor eleito pela comunidade acadêmica do IFRN foi interpretada pelo movimento como uma “intervenção”. No perfil, o termo “intervenção” é utilizado diversas vezes, conforme ilustra a Figura 3, com peças publicadas entre maio e novembro de 2020.

**Figura 4** – *Insights*<sup>19</sup> do perfil @possadoreitoreleito no Instagram



Fonte: Facebook. (2021)

Na Figura 4 são apresentados os dados do perfil da campanha no Instagram. É possível observar que o público, em sua maioria, é composto por mulheres, com faixa

<sup>19</sup> *Insights* é uma ferramenta do Facebook, dentro da plataforma *Business Suite*, que apresenta análises detalhadas sobre atividades, conteúdos compartilhados e público de um perfil nas redes sociais que a empresa gerencia.

etária entre 35 e 44 anos de idade. Por sua vez, o público masculino é maior na faixa de 25 a 34 anos de idade. Além disso, as cidades de Natal, Parnamirim e Mossoró, no Rio Grande do Norte, representam a maioria dos seguidores do perfil.

**Figura 5 - Insights** da página “Posse do Reitor Eleito” no Facebook



Fonte: Facebook. (2021)

Os dados do Facebook são apresentados na Figura 5 com o objetivo de comparar as informações da página na plataforma com o perfil do movimento no Instagram. Percebe-se que o maior público da página, assim como no Instagram, é composto por mulheres. Um dado que chama atenção é o de seguidores da página, definido na imagem como “Curtidas da Página do Facebook”. O número é 84,45% inferior ao de seguidores no perfil do Instagram.

Outro dado que chama atenção é o fato de que a cidade de Fortaleza, no Ceará, aparece entre as três principais cidades com maior número de seguidores na plataforma. Além disso, no Instagram, observa-se que o alcance do perfil foi além do Brasil, atingindo países como Alemanha, Austrália, Paquistão e Portugal. Esses dados exemplificam o poder das redes sociais além das fronteiras geográficas.

Dessa forma, tanto as peças gráficas quanto os vídeos divulgados no *feed*<sup>20</sup> do perfil foram medidas determinantes para reverberar o alcance do movimento. Pode-se dizer que as ações promovidas pelo movimento “Posse do Reitor Eleito” dentro da rede social Instagram tiveram êxito por atingir e mobilizar o público pretendido, tornando o

<sup>20</sup> *Feed* no Instagram se refere ao espaço da página principal que oferece uma visão geral das publicações mais recentes.

---

movimento uma referência e servindo como inspiração para outras Instituições de Ensino que passaram ou estão passando pela mesma situação.

### **Considerações finais**

É incontestável o fato de que as redes sociais têm tido impacto significativo na maneira como as pessoas se comunicam, afinal elas passaram a fazer parte do cotidiano da sociedade, permitindo que o consumo de informação aconteça de forma instantânea, independentemente das fronteiras geográficas.

O espectro de conteúdo compartilhado nas redes sociais, que se ampliou ao longo do tempo, deu origem a uma nova oportunidade de compartilhar ideias e informações sobre diversos assuntos, convocando outros usuários concordantes a se unirem ao pensamento em comum.

Com essa pesquisa, notou-se o importante papel desempenhado pelo Instagram na disseminação de informação, bem como sua relevância para o ambiente digital. Através dos dados dos perfis do movimento “Posse do Reitor Eleito” no Facebook e no Instagram foi possível inferir que as redes sociais utilizadas puderam alcançar os objetivos para os quais foram criadas, no que se refere à comunicação e mobilização da comunidade externa e interna ao IFRN.

Nesse sentido, trazendo o foco da pesquisa para o uso do Instagram como ferramenta de comunicação e de mobilização social, percebemos que a plataforma foi fundamental para que a comunidade acadêmica do Instituto pudesse expressar o seu posicionamento em relação à não nomeação do reitor eleito, além de tornar acessível e de conhecimento público as informações acerca do acontecimento.

O compartilhamento de informações de todo tipo ocorre “sem fronteiras”, uma vez que, dispostas nas redes, estão acessíveis aos usuários inseridas nelas. E é com a disponibilização de informações e, principalmente opiniões acerca das necessidades e insatisfações (políticas e sociais, como no caso estudado), que nascem as mobilizações nas mídias sociais. Tomados pelo desejo de atingir algum objetivo em prol do bem comum (TAVARES; BARBOSA; SANTOS, 2013, p.22).

Quando se trata dos movimentos sociais, o Instagram se apresenta como uma ferramenta fundamental para divulgar informações a todos aqueles que possam querer

obter detalhes de um protesto, por exemplo, apenas usando as palavras-chave e *hashtags* certas.

É inegável que o ímpeto do movimento “Posse do Reitor Eleito” não teria ganhado tanto apoio se não fosse pelo uso das redes sociais. Plataformas como o Instagram, na qual consumimos conteúdo por vontade própria, por horas, a cada dia, são fundamentais na distribuição de informações e na motivação de mudanças.

Há uma variedade de maneiras pelas quais o Instagram tem influenciado a sociedade e mudado a maneira de se comunicar, descobrir e se envolver em diferentes espaços. O poder de um grupo de pessoas que compartilham as mesmas crenças é uma coisa, mas o poder de milhões de usuários em todo o mundo solidários uns com os outros, por meio de ideias compartilhadas, é um grande passo para uma potencial mudança.

## REFERÊNCIAS

AHLGREN, M. **40+ Instagram Statistics & Facts For 2020**. Website Hosting Rating, 2020. Disponível em: <<https://www.websitehostingrating.com/instagram-statistics/#>>. Acesso em: 08 de junho de 2021.

ALONSO, A. **Teorias dos movimentos sociais**: balanço do debate. Lua Nova, 2009, no. 75. 2009.

BRASIL. **Decreto de 18 de dezembro de 2020**. Diário Oficial da União. Atos do Poder Executivo, Brasília DF, 21 de dezembro de 2020. Edição 243. Seção 2, p. 1.

BRASIL. **Medida Provisória nº 914, de 24 de dezembro de 2019**. Dispõe sobre o processo de escolha dos dirigentes das universidades federais, dos institutos federais e do Colégio Pedro II. Diário Oficial da União. Atos do Poder Executivo, Brasília DF, 24 de dezembro de 2019. Edição 248-A. Seção 1-Extra, p. 7.

CASTELLS, M. **A galáxia da Internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança. Movimentos sociais na era da Internet**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. E-book (não paginado).

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de Pesquisa para Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE. **Comissão divulga lista de votantes e locais de votação**. Portal IFRN, 2019. Disponível em: <<https://portal.ifrn.edu.br/campus/reitoria/noticias/comissao-divulga-lista-de-votantes-e-locais-de-votacao>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

---

INSTITUTO FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE. **Normas do Consup**. Portal IFRN, 2019. Disponível em: <<https://portal.ifrn.edu.br/eleicoes-ifrn-2019/normas-eleitorais/>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

JUSBRASIL. **DOU 20/04/2020 - Pg. 22 - Seção 2**. Disponível em: <<https://www.jusbrasil.com.br/diarios/293889664/dou-secao-2-20-04-2020-pg-22>>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

NEWBERRY, C. **44 Instagram Stats That Matter to Marketers in 2021**. Hootsuite, 2021. Disponível em: <<https://blog.hootsuite.com/instagram-statistics/>>. Acesso em: 10 de julho de 2021.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

STATISTA. **Distribution of Instagram users worldwide as of July 2021, by age group**. Statista, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/325587/instagram-global-age-group/>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

STATISTA. **Distribution of Instagram users worldwide as of July 2021, by gender**. Statista, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/802776/distribution-of-users-on-instagram-worldwide-gender/>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

STATISTA. **Leading countries based on Instagram audience size as of July 2021**. Statista, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

STATISTA. **Most popular social networks worldwide as of July 2021, ranked by number of active users**. Statista, 2021. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

SYSTROM, K. **Welcome to IGTV, our New Video App**. Instagram, 2018. Disponível em: <<https://about.instagram.com/blog/announcements/welcome-to-igtv>> Acesso em: 08 de junho de 2021.

TAVARES, V.; BARBOSA, B. R.; SANTOS, F. M. **O Uso das Redes Sociais como Meio de Mobilização Social nos Protestos Nacionais de Junho de 2013**. Revista Panorama, 2014. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/panorama/article/view/3457/2026>>. Acesso em: 29 de julho de 2021.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 12. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

TOURAINÉ, A. Na fronteira dos movimentos sociais. Trad. Ana Liési Thurler. In: **Das mobilizações às redes de movimentos sociais**. In: Sociedade e Estado. Brasília, 2006.

TWITTER. **@MEC\_Comunicacao**. Disponível em: <[https://twitter.com/mec\\_comunicacao/](https://twitter.com/mec_comunicacao/)>. Acesso em: 17 de junho de 2021.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Trad. Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.