



Jornalismo feminista e midiativismo online: análise da Revista AzMina e a Gazette des Femmes¹

Heloísa Souza dos Santos²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP), Bauru - SP

Resumo

O ativismo online é uma forma de o movimento feminista ganhar visibilidade, organizar suas redes e ações e ocupar o espaço online. Com o objetivo de identificar as práticas de midiativismo pelo jornalismo e as pautas do movimento feminista, o presente artigo realiza uma análise descritivo-comparativa dos casos da Revista AzMina, do Brasil, e da Gazette des Femmes, do Quebec (Canadá). São analisados os aspectos de editorias, pautas e títulos de notícias, redes sociais online e newsletter a partir das cinco funções da mídia ativista feminista: ritualidade, conectiva, educacional, alinhamento social e regulatória (BYERLY; ROSS, 2006). Os resultados sugerem diferenças marcadas nas escolhas das editorias e temas que refletem o momento sócio-histórico de cada caso, mas se unem em torno de temas universais, e possível uso diferenciado das redes sociais online em cada país.

Palavras -chave

Jornalismo feminista; Midiativismo; Jornalismo online; Feminismo.

Introdução

O aumento contínuo do acesso à internet e experiências bem-sucedidas de militância online têm propiciado o surgimento e consolidação de publicações jornalísticas voltadas para causas sociais, como o feminismo. No Brasil, a mídia alternativa tem uma história longa, principalmente ligada a períodos de luta pela democracia e movimentos de esquerda, mas é a partir de 1974 que o movimento feminista ganha mais fôlego e, desde então, são editadas dezenas de publicações em todo o território nacional (CARDOSO, 2004).

No Quebec, por sua vez, ocorre uma institucionalização rápida do movimento feminista durante a Revolução Tranquila (a partir da década de 1960), na qual foram criadas as Universidades do Quebec e os Cégeps (de ensino técnico). Como consequência, há o fortalecimento dos estudos feministas (DESCARRIES, 1994) e, também a criação de publicações vinculadas à instituições.

¹Artigo apresentado no GT3 “Redes sociais e ativismo midiático”, da XIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã - *Comunicação, Direitos Humanos e Diversidade*, realizada na Universidade Federal do Maranhão, em São Luís, MA, de 21 a 23 de novembro de 2018. Esse trabalho é resultante de estágio-pesquisa na Université du Québec à Trois-Rivières com fomento do programa Emerging Leaders in the Americas e tem apoio e fomento da FAPESP e da CAPES, sob o processo nº 2017/21587-0, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP). As opiniões, hipóteses e conclusões ou recomendações expressas neste material são de responsabilidade da autora e não necessariamente refletem a visão da FAPESP e da CAPES.

²Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação pela Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Bauru, SP, e-mail: helokenne@gmail.com



O sucesso de campanhas de denúncia como o #MeuPrimeiroAssédio, #MeToo, #SansOuiCestNon e #EuNãoMereçoSerEstuprada, que obtiveram grande alcance, muitas vezes internacional, destacou a importância do ativismo feminista online. Incentivadas pelas possibilidades de articulação online em redes, discussões e produção de material digital, nas últimas décadas surgiram movimentos transacionais de sucesso, vinculados à ONGs feministas ou não, como a Marcha Mundial das Mulheres, da Fédération des Femmes du Québec (FFQ), iniciada em 2011, a Marcha das Vadias, iniciada em Toronto (Canadá) em 2011, mas organizada de forma descentralizada e a Greve Internacional das Mulheres, realizada dia 8 de março de 2018, especialmente forte na América Latina (MOND, 2003; NATASOHN, 2013; TOMAZETTI, 2015).

A produção de conteúdo, circulação de informações, organização em redes online e promoção de discussões sobre o feminismo mostram também características importantes do feminismo praticado na contemporaneidade: transnacionalização, horizontalização organizacional e uso de tecnologias online para denúncia. Autoras como Banón (2013), Steiner (2014) e Ureta (2005) defendem que, ainda mais, o ciberfeminismo, ou feminismo online, é uma forma importante de integração e troca de conhecimento entre as militantes, que podem, então, dialogar com movimentos interseccionais ao movimento, como as questões de raça, LGBTI e classe e, enfim, formar comunidades e promover “contra-narrativas jornalísticas sobre o feminismo” por meio do jornalismo alternativo (STEINER, 2014, p. 375).

Nesse contexto, o presente trabalho analisa dois veículos de jornalismo feminista, a Revista AzMina e a Gazette des Femmes, do Brasil e Quebec, respectivamente. Ambas têm propostas abertas e diretas de praticar jornalismo feminista, estão em plataformas online e são independentes de receitas publicitárias. Assim, busca-se identificar algumas estratégias de comunicação e pautas do movimento a partir da organização dos sites, conteúdo da *home* e redes sociais online.

A metodologia utilizada é de análise descritiva direcionada para verificar como os veículos se encaixam nas funções de mídia ativista feminista de Byerly e Ross (2006), que são: função ritualista, conectiva, educacional, alinhamento social e regulatória. A partir da coleta, comparou-se os objetos em busca das estratégias de jornalismo online, que podem indicar as pautas dos movimentos, para fins de discussão com base em contextualização histórica e bibliografia. Também são observadas características das mídias sociais e *newsletter* usadas pelos veículos para verificar a visibilidade e algumas estratégias das iniciativas, porém, de forma mais breve.

A descrição foi sistematizada nas seguintes categorias: editoriais de reportagem, editoriais de opinião, títulos/pautas de destaque, formatos e convergência mídias sociais e newsletter. Dessa forma, compara-se as duas formas de midiativismo para observar e refletir sobre quais as pautas atuais do



movimento feminista no Brasil e no Quebec (Canadá). Para fundamentar a trabalho, utiliza-se conceitos de midiativismo e jornalismo online feminista; em seguida, contextualiza-se os objetos e faz-se a análise e discussão de resultados.

Midiativismo online

Os novos movimentos sociais, após e durante a transição democrática do mundo ocidental (fim do regime soviético e dos regimes militares na América Latina), são institucionalizados como ponto importante de pressão em governos e órgãos multilaterais internacionais (GOHN, 2011; MACHADO, 2007). Com a legitimidade vinculada à noção de direitos universais (direitos iguais ou equivalentes, acesso à boa qualidade de vida, diminuição das diferenças entre grupos, etc), as ações dos movimentos sociais passam a ser articuladas de forma muito mais global.

Em sociedades com mais acesso à internet e mais hábitos de consumo de informação digital, movimentos sociais que atuam em prol dos direitos universais também podem usar as redes sociais online de forma proveitosa, para aumentar suas redes de seguidores e difundir seu conhecimento produzido.

As redes de interação, desse modo, permanecem no interior das esferas do social, sendo consideradas como instrumentos de agregação, de difusão e até de práticas de ações inovadoras, colaborando, portanto, com o advento de um novo tipo de social, mas que em nenhum caso põe em questão o próprio conceito de interação e aquele mesmo de sociedade (DI FELICE, 2013, p. 61).

Os movimentos sociais em rede passaram por uma descentralização política e de representação, o que levou a uma situação em que há a recusa da institucionalização, frequente anonimato, objetivos múltiplos, discursos sem ideologia, imprevisibilidade e outros fatores que tornam os movimentos sociais em rede agentes bem diferentes das teorias desenvolvidas baseadas nos movimentos sociais modernos (DI FELICE, 2013).

No net-ativismo, pratica-se uma forma de comunicação e mobilização que substitui o espaço físico pelo virtual ou digital (ibidem). Castells (2013) e Lévy (1999) também indicam que esses espaços passam a ser, também, produtores e armazenadores de conhecimento, fazendo parte do que chamamos de “realidade” e contribuindo enormemente para a formação política e social.

O ativismo em redes online e na internet, então, tem características próprias e muda a forma de atuação de movimentos sociais em certos aspectos. Observa-se uma desterritorialização geográfica da ação e aumenta a possibilidade de acesso a informações e a discussões. Por outro lado,

a participação em movimentos sociais não é uniforme, por isso podemos identificar três tipos de perfis de participação: os ativistas, com elevado envolvimento on-line e off-line; os contribuidores, que dão apoio, normalmente financeiro e de forma esporádica; e os assinantes, que estão no meio e cuja participação, podendo ser activa, é limitada ao ambiente on-line, ou seja, são ativistas de like (ELIAS; SEBASTIÃO, 2012, p. 63)



Esse tipo de ação, porém, não deve ser subestimado. É essencial a presença online de movimentos sociais ou qualquer iniciativa que deseje o mínimo de visibilidade. Inclusive, “não obstante a sua capacidade mobilizadora, existem vários movimentos sociais que nascem e são alimentados nas redes sociais que permanecem no espectro virtual” (ibidem, p. 64).

A existência de atores e movimentos que concentrem ou restrinjam suas ações, seja de mobilização ou de discussão, no ambiente online demonstra a importância que a internet tem na formação de ideias e o alcance que se pode ter com esses instrumentos e estratégias. Os estudos de Elias e Sebastião (2012) indicaram certa “inércia” dos ativistas de *likes* na participação política efetiva, no entanto, as autoras não veem esse tipo de participação como negativa, já que é ainda nova e pode significar uma forma de conscientização.

Esse tipo de ativismo, portanto, pode cumprir um papel mais difuso e menos institucionalizado que o exercido pelos movimentos sociais clássicos. Porém, a descentralização e agrupamento em torno de fatores como identidade e ações pontuais é uma tendência dos movimentos em rede da era pós industrial, não sendo, necessariamente, negativo. Em um mundo cada vez mais conectado, no qual, de acordo com o relatório “Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development” realizado pela *United Nations Conference Trade on Development*, órgão vinculado às Nações Unidas, 59% da população brasileira está conectada à internet de alguma forma, e 102 milhões de brasileiros acessam o Facebook regularmente, a comunicação pela internet passa a ser decididamente importante.

A mídia ativista online tem um papel importante na construção da identidade de movimentos sociais atuais, ou Novos Movimentos Sociais. Alcântara (2015) sugere que "o ciberativismo pode ser compreendido com uma nova configuração comunicativa dos movimentos sociais" (p. 92). Esse tipo de ativismo tem exemplos notáveis como os zapatistas, *Occupy Wall Street*, a Primavera Árabe, as jornadas de junho de 2013 e outros movimentos que podem se organizar em suas ações em várias partes do mundo simultaneamente (MACHADO, 2007).

Essa dinâmica é também observada no movimento feminista, especialmente no chamado ciberfeminismo, que é integrado, sem território definido, focado em grandes pautas (reprodução, cultura do estupro, igualdade salarial, violência contra a mulher) e com organização horizontal, muitas vezes com o ativismo comunicacional como atividade central (MOND, 2003; URETA, 2005). No caso do jornalismo feminista, o conteúdo veiculado pode ser usado como denúncia e para gerar discussão apoiada nos métodos de apuração de reportagem. No jornalismo online, o uso formatos convergentes ajudam a tornar o conteúdo ainda mais interessante ao público, de forma a sensibilizar e criar interatividade e discussão.

Byerly & Ross (2006) afirmam que existem cinco funções do midiativismo dentro do movimento feminista (p. 232-233), que fazem parte do que elas denominam de “esfera pública das mulheres”, cujo



objetivo é dar voz às mulheres de forma segura e participativa (p. 232). As funções da mídia ativista feminista são:

- a) Ritualista: em geral, mais contundente nos primeiros estágios de um movimento e tem como função divulgar os propósitos e posicionamento;
- b) Conectiva: formação de redes de mulheres por meio do midiativismo;
- c) Educacional: informa, denuncia e discute assuntos sensíveis para as mulheres;
- d) Alinhamento social: relacionada ao conteúdo, essa função visa acrescentar um viés de gênero à produções, de forma interseccional;
- e) Regulatória: relacionada à rotinas laborais, propõe rompimento com padrões masculinos e maior protagonismo feminino.

Essas cinco funções são úteis para analisar as formas de produção de jornalismo online e outras modalidades de midiativismo na internet pelo movimento feminista, que desde muito cedo percebeu a importância da intervenção discursiva e utiliza a mídia como um espaço de atuação militante (BYERLY; ROSS, 2006). Assim, tendo em vista os conceitos de midiativismo online e essas funções, o próximo item aborda conceitos de jornalismo online e contextualiza os objetos da pesquisa.

Jornalismo online feminista e Revista AzMina e Gazette des Femmes

O jornalismo feminista é historicamente relacionado ao jornalismo alternativo, sendo produzido pelo movimento feminista para divulgar suas pautas e denunciar problemas específicos das mulheres (WOITOWICZ, 2012). No Brasil e no Canadá, existem iniciativas de jornalismo online com a proposta de produzir notícias e reportagens mais plurais, dando ênfase às questões de gênero e suas intersecções. No Canadá anglófono, são exemplos a *Feminist Current*, revista online fundada em 2012 e a *Shameless Magazine*, que cria conteúdo voltado para meninas e transsexuais.

No Quebec, em língua francesa, porém, há menos exemplos, com destaque ao *Je Suis Féministe*, que é um site de blogs (porém, não-jornalístico) e o *Gazette des Femmes*, que é produzido e financiado pelo *Conseil du statut de la femme* da província. No Brasil, pode-se citar a revista online *Capitolina*, voltada para meninas e adolescentes, a Agência Patrícia Galvão, que atua desde 2009 produzindo relatórios, reportagens e pesquisas sobre a situação da mulher brasileira, o site *Gênero e Número* ativa desde 2017, também com a mesma proposta, e, enfim, a *Revista AzMina*, que está online desde 2015.

O ingresso de mulheres aos cursos universitários de jornalismo e a feminização do mercado de trabalho (NEVEU, 2006), por sua vez, pode ajudar a explicar o aumento nas publicações e preocupação com temas relacionados aos direitos das mulheres. Tanto no Brasil quanto no Canadá, o relatório *Global Report on the Status of Women in the News Media* (2011) indica a maior presença feminina nas redações e a existência de um *glass ceiling*, que impede que mulheres ascendam de posições. Fora isso, também



há problemáticas próprias por intersecção de raça, nacionalidade, sexualidade, identificação de gênero e assim por diante.

O jornalismo online é uma forma de produzir notícias e reportagens com mais riqueza de formatos (vídeos, imagens, animações, interatividade, som e texto), porém, esse processo se dá pelo trabalho, que tem custos que podem aumentar se considerar fatores de veiculação e serviços de plataformas. Publicações mais tradicionais, como a Folha de S. Paulo e o The New York Times utilizam a modalidade *paywall*, que consiste no pagamento de um plano ou taxa pelo usuário para acessar aos conteúdos completos.

Já outras iniciativas, incluindo a Revista AzMina, utilizam o financiamento coletivo e doações de indivíduos e empresas. Uma outra forma de pagar os custos da produção jornalística é o financiamento por outras instituições e doações filantrópicas, como fazem o Gênero e Número, a Agência Pública, o Je Suis Féministe.

O caso da Gazette des Femmes é curioso por ser financiado por um órgão do governo da província do Quebec desde 1979. Inicialmente uma revista impressa, a publicação também obtinha receita de vendas, e chegou a ter uma tiragem de 26 mil exemplares por número no início dos anos 2000. Em 2011, começou a ser disponibilizada na versão online, obliterando aos poucos as impressões e se tornando totalmente gratuita.

Informações sobre os custos e receita são disponibilizadas pelo Governo do Quebec. O *conseil du statut de la femme* é também responsável por reunir e cadastrar instituições feministas ou de movimento das mulheres da província, promover ações educacionais para a igualdade, produzir estudos e realizar a mediação entre grupos de pressão (movimentos sociais) e o governo.

De acordo com o site da publicação, a missão institucional consiste em informar sobre a condição de vida as mulheres (quebequenses ou não) e os “desafios sistêmicos que elas encaram” (tradução minha). Como missão social, a publicação se volta para a sensibilização para a mudança social para o fim da desigualdade entre homens e mulheres, por meio da informação e reflexão. A publicação se apresenta como uma “revista inteligente e feminista” (tradução minha)

A equipe é composta por cinco mulheres, porém, ela recebe artigos de equipe externa de colaboradoras. De acordo com a seção “a propos”, são publicados *posts* de *blog*, grandes reportagens, notícias e entrevistas que visem refletir sobre a igualdade dos sexos, sobre “grandes questões da vida” e que deixem visíveis as desigualdades e estereótipos sexistas.

A Revista AzMina, por sua vez, é uma publicação vinculada à ONG AzMina, que não tem fins lucrativos e tem como objetivo “usar a informação para combater os diversos tipos de violência que atingem as mulheres brasileiras, considerando as diversidades de raça, classe e orientação sexual”. A



AzMina realiza campanhas online, como a CarnavalSemAssédio e MamiloLivre, além de promover workshops e ações educacionais para a igualdade.

A publicação surgiu em 2015 e é inteiramente online, gratuita e tem os direitos autorais abertos, ou seja, é permite a reprodução dos conteúdos em outras publicações sem a necessidade de pagar ou obter licença. De acordo com o site da revista, o objetivo é produzir “jornalismo investigativo acessível, de qualidade e sem rabo preso com anunciantes” a fim de mudar e “melhorar o mundo”.

A equipe é composta somente mulheres, das quais são doze colaboradoras em jornalismo e produção, seis colunistas e três voluntárias. Os custos e receitas são disponibilizados abertamente também, por se tratar de uma iniciativa que depende de doações. São produzidos reportagens, posts de blog, ilustrações, notícias e parte do conteúdo é traduzido para o espanhol e inglês.

Os objetos surgiram em um contexto de maior abertura governamental para a educação e efervescência de movimentos sociais. No Quebec, o movimento feminista obteve grandes avanços durante a Revolução Tranquila, que além da criação de universidades da província, também foi a época da legalização do aborto e avanços em políticas públicas.

No Brasil, a AzMina surge num período após a criação de mais universidades federais e políticas de acesso ao ensino superior. Além disso, também foi em uma época de conturbações políticas, com as Jornadas de Junho de 2013 e o impeachment da então presidenta Dilma Rousseff.

Apesar das diferenças de financiamento, ambas publicações adotam um modelo de transparência financeira e de linha editorial, que deixa claro o objetivo de produzir jornalismo para a mudança social, com enquadramento (ou olhar) feminista, respeitando a ética jornalística.

Análise e resultados

A partir da proposta metodológica de análise descritiva, no dia 6 de setembro de 2018 foi realizada descrição da home dos sites da Revista AzMina e da Gazette des Femmes, considerando-se os seguintes itens: editorias de reportagem, editorias de opinião, título/pautas de destaque, formatos e convergência, redes sociais online e *newsletter*. A partir disso, observa-se como as funções de mídia ativista feminista são trabalhadas e quais as diferenças e semelhanças entre as publicações.

A descrição da Gazette des Femmes pode ser organizada no seguinte quadro:



Tabela 1: Gazette des Femmes

GAZETTE DES FEMMES					
Editorias de reportagem	Editorias de opinião	Títulos/Pautas de destaque	Formatos e convergência	Redes sociais online	Newsletter
Argent	Blogues	Balades féministes: 10 projets audio à découvrir	Fotografia e ilustrações	Facebook (15.597 curtidas)	Semanal, com principais publicações
Droit	Traits libres	Séction Jeux : 7 différences	Vídeos	Twitter (7.046 seguidores)	
Éducation		Enfin des femmes à la tête des revues culturelles	Textos e hyperlinks	Youtube (192 inscritos)	
Monde		Rosalie Bonenfant (5 questions)			
Santé		Florence Montreynaud : une vie féministe			
Société		Cachez cette femme qui ne veut pas d'enfants			
Travail		Sage-femmes Recherchées			
Grands dossiers		À la recherche du matriarcat perdu... et fantasmé : les bijagos			
5 questions à (entrevistas em vídeo)		Un mot-clic pour dire ce qu'on tait			
Videos					

A revista Gazette des Femmes apresenta nove editorias de reportagens: “Dinheiro”, “Direito/lei”, “Educação”, “Mundo”, “Saúde”, “Sociedade”, “Trabalho”, “Grandes dossiês/reportagens”, “5 questões” (vídeos curtos de entrevistas) e “Vídeos” (tradução minha). As editorias de opinião são “Blogues” e “Traits libres” (quadrinhos).

Em destaque, haviam nove títulos/pautas, são elas: “Balades féministes: 10 projets audio à découvrir” (lista de podcasts e audios de projetos feministas), “Séction Jeux : 7 différences” (quadrinhos sobre gordofobia), “Enfin des femmes à la tête des revues culturelles” (notícia sobre mulheres ocupando direção de revistas culturais), “Rosalie Bonenfant” (entrevista de 5 questões), “Florence Montreynaud : une vie féministe” (perfil), “Cachez cette femme qui ne veut pas d'enfants” (reportagem sobre mulheres que não querem filhos), “Sage-femmes Recherchées” (em tradução livre: Doulas: Procura-se), “À la recherche du matriarcat perdu... et fantasmé : les bijagos” (reportagem sobre sociedade matriarcal) e “Un mot-clic pour dire ce qu'on tait” (movimento #metoo, vídeo de 64 segundos sobre cultura de estupro).

Os formatos utilizados abarcam a fotografia, ilustrações e quadrinhos, vídeos, textos com hyperlinks. Nas redes sociais online, observou-se no momento da coleta o número de



XIII Conferência Brasileira de Comunicação Cidadã

Comunicação, Direitos Humanos e Diversidade

21 a 23 de novembro de 2018. São Luís – Maranhão.

curtidas/seguidores/inscritos, que poderia indicar a visibilidade do veículo. No caso do Facebook, haviam 15.597 curtidas, no Twitter, 7.046 seguidores e, no Youtube, 192 inscritos. A revista ainda tem uma *newsletter*, enviada semanalmente às terças-feiras com um resumo das principais reportagens.

A descrição da “Revista AzMina” pode ser esquematizada da seguinte forma:

Tabela 2: Revista AzMina

REVISTA AZMINA					
Editorias de reportagem	Editorias de Opinião	Títulos/Pautas de destaque	Formatos e convergência	Mídias sociais	Newsletter
Minas que honram o rolê (mulheres famosas ou ativistas)	Opinião d'AzMina	Loucura e Machismo: Será que o corpo feminino é mesmo mais propenso a doenças mentais?	Fotografia e ilustrações	Facebook (132,290 curtidas)	Semanal, com reportagens especiais
Política	Afronerd	Mulheres no Congresso aumentam confiança na democracia, diz especialista de gênero da OEA	Vídeos, GIFs e animações	Instagram (31,5 mil seguidores)	
Mundo	Divã d'AzMina	12 séries e filmes com temática lésbica para assistir na netflix	Texto e hiperlinks	Twitter (8.239 seguidores)	
Descomportadas (comportamento, psicologia, padrões sociais)	Feminismos Negros	Como o feminismo e as mulheres podem influenciar as eleições em 2018		Youtube (6,098 inscritos)	
Sexo	Meu nome não é Mãe	Por que tantas mulheres odeiam suas bucetas?			
Mãezinha Vírgula (maternidade)	Mulher, Trans	O aborto é traumático quando não há atendimento humanizado, diz rebecca mendes, que teve aborto negado pelo STF			
Meio Ambiente	Pela preta	Racismo na passarela: como o preconceito se expressa na moda?			
Saúde	Tradição e feminismo	COLUNAS:			
Dinheiro	Rede Feminista de Juristas	Quantos estereótipos você já reforçou hoje?			
Esporte	Vulva a arte	Universos femininos fortalecem o festival mada			
Cultura		O que querem as feministas do direito?			
Beleza Pura		Presença de pai é mais importante que de mãe?			
Butina (espaço LGBT)		DIVÃ D'AZMINA			
AzMina speak English		Visibilidade lésbica: orgulho e preconceito			
Español		Viajo sozinha pelo mundo para aprender a lidar com meus medos			
		Acertando as contas com o pai do meu pai			

A “Revista AzMina” apresenta um total de catorze editorias de reportagem: “Minas que honram o rolê”, “Política”, “Mundo”, “Descomportadas” (comportamento, psicologia, padrões sociais), “Sexo”, “Mãezinha Vírgula” (maternidade), “Meio ambiente”, “Saúde”, “Dinheiro”, “Esporte”, “Cultura”,



“Beleza Pura”, “Butina” (espaço LGBT), “AzMina speak English” e “Espanhol” (as últimas duas são traduções de conteúdos para o inglês e espanhol, respectivamente). As editorias de opinião são: “Opinião d’AzMina”, “Afronerd”, “Divã d’AzMina”, “Feminismos Negros”, “Meu nome não é Mãe”, “Mulher, Trans”, “Pela preta”, “Tradição e feminismo”, “Rede Feminista de Juristas” e “Vulva a arte”.

Nos títulos/pautas, foram identificados catorze elementos, que podem ser separados por notícias e opinião. Em matérias jornalísticas há: “Loucura e Machismo: Será que o corpo feminino é mesmo mais propenso a doenças mentais?” (como destaque principal), “Mulheres no Congresso aumentam confiança na democracia, diz especialista de gênero da OEA”, “12 séries e filmes com temática lésbica para assistir na netflix”, “Como o feminismo e as mulheres podem influenciar as eleições em 2018”, “Por que tantas mulheres odeiam suas bucetas?”, “O aborto é traumático quando não há atendimento humanizado, diz Rebeca Mendes, que teve aborto negado pelo STF” e “Racismo na passarela: como o preconceito se expressa na moda?” (reportagem especial). Na parte de opinião, há: “Quantos estereótipos você já reforçou hoje?”, “Universos feminismos fortalecem o festival mada”, “O que querem as feministas do direito?”, “Presença de pai é mais importante que de mãe?”, “Visibilidade lésbica: orgulho e preconceito”, “Viajo sozinha pelo mundo para aprender a lidar com meus medos”, “Acertando as contas com o pai do meu pai” e “Precisamos falar sobre depressão e suicídio”.

No site são usados recursos como fotografia, vídeos, animações, ilustrações, texto com hyperlinks e GIFs. Nas redes sociais online, verifica-se uma boa visibilidade, com 132.290 curtidas na página do Facebook, 31,5 mil seguidores no Instagram, 8.239 seguidores no Twitter e 6.098 inscritos no Youtube. A newsletter é enviada semanalmente às terça-feiras com reportagens especiais e de destaque.

Ambos os casos atendem bem às funções da mídia ativista feminista, pois se declaram abertamente feministas e deixam claro seus propósitos e formas de ativismo caracterizando a função de ritualidade. Também auxiliam, em certo nível, a conectar mulheres e redes de mulheres ou militantes, ao divulgar ideias e realizações femininas, além da possibilidade de essa função também ocorrer nas redes sociais online e ser facilitada pelas instituições às quais as publicações estão vinculadas.

Os dois objetos têm funções educacionais, tanto pelas propostas de conteúdo, que denunciam e esclarecem sobre a situação das mulheres, quanto por ações educativas realizadas pelas instituições às quais são vinculadas. Também servem bem como alinhamento social, já que suas editorias são amplas, abarcando temas importantes da vida em sociedade, como economia, política, notícias do mundo, sociedade, cultura e mesmo comportamento (ou descomportamento), estas, de acordo com as políticas editoriais declaradas, devem ser abordadas do ponto de vista do feminismo, com enfoque nas relações de gênero e igualdade entre os sexos. Enfim, pode-se falar também que ambas as publicações abrangem a função regulatória, já que são editadas por mulheres e têm uma dinâmica redacional diferente, com diversas colaboradoras (voluntárias ou não) e financiamento não-publicitário. Também podem ser



regulatórias por terem pautas e editorias dedicadas ao mercado de trabalho e ocupação do poder por mulheres.

Existem alguns pontos interessantes a serem comentados, especialmente relacionados às redes sociais e às pautas. O primeiro é que, apesar de a *Gazette des Femmes* ter muito menos seguidores ou curtidas no Facebook e no Youtube em relação à *Revista AzMina*, no Twitter esse número é diferente e a publicação quebequense tem somente cerca de 1 mil seguidores a menos. Isso pode ser um indicativo de que a população canadense e/ou francófona utiliza as redes sociais online de forma diferente da brasileira, provavelmente, com o uso mais intenso do Twitter para se informar.

Outro aspecto é o amplo espaço para opinião na *Revista AzMina*, que conta com dez editorias de opinião, abrangendo, porém, um amplo espectro de assuntos, como raça, transsexualidade e transgeneridade, discussões sobre o movimento feminista e maternidade. Nas editorias jornalísticas, de notícias, ambas publicações se preocupam com questões sobre o mundo, direito, saúde, economia e sociedade ou política, no entanto, a *Revista AzMina* parece ter uma preocupação mais forte em também incluir espaços para tratar de questões interseccionais ao feminismo, como sexualidade e gênero, comportamento e padrões sociais, maternidade, meio ambiente, sexo, esporte e cultura.

No entanto, é importante salientar que se trata de uma análise breve, que pode ser modificada em estudos mais aprofundados, com análise do conteúdo e do discurso. Em contrapartida, o *Gazette des Femmes* tem uma editoria dedicada à mulheres no mercado de trabalho e parece trabalhar mais acentuadamente com vídeos curtos e entrevistas e perfis.

Uma diferença de linguagem e/ou cultura entre as publicações é a forma de construção dos títulos das notícias e conteúdos de opinião. A publicação brasileira é mais direta, sendo possível identificar a maioria dos temas tratados somente pelas chamadas. Já a quebequense tem abordagem mais indireta, sendo algumas vezes difícil de diferenciar entre conteúdos jornalísticos e de opinião. Esse aspecto, porém, requer estudos mais aprofundados.

Já em relação aos temas tratados, há uma diferença nas pautas, que pode ser explicada pela fase do movimento feminista em cada país. No Brasil, luta-se para descriminalizar o aborto, contra LGBTIfobia, pela ocupação de mulheres na política e assim por diante, o que justifica a escolha de pautas voltadas para sexualidade, maternidade, direitos jurídicos, eleições, etc.

Já no Canadá, especialmente no Quebec, o feminismo já se encontra mais institucionalizado, a exemplo pra publicação analisada, e parece haver mais preocupação com questões trabalhistas e culturais, como a ocupação e aceitação de mulheres em cargos de chefia, escolha de não ter filhos, acesso à maternidade humanizada.

Enfim, ambas publicações também buscam valorizar a cultura feminista, divulgando produtos culturais, perfis de mulheres importantes e entrevistas. A newsletter é coincidentemente enviada no



mesmo dia da semana e talvez seja direcionada à uma audiência mais qualificada, já que é um processo um tanto mais longo realizar a inscrição do e-mail. A manutenção desse meio é uma estratégia inteligente, uma vez que os algoritmos das redes sociais online podem ocultar ou desfavorecer a divulgação de conteúdo jornalístico com o passar do tempo.

Considerações finais

Uma análise comparativa de dois casos que parecem tão diferentes, a princípio, causa uma estranheza, no entanto, conforme aprofunda-se o estudo, é possível perceber que os objetos têm muito em comum e mesmo parecem refletir a contextualização histórica e teórica utilizada. O movimento feminista no século XXI está em um processo de transnacionalização constante e parece se unir ainda em pautas universais, mas sem perder de vista projetos políticos próprios de cada país ou região.

Nos casos analisados, sugere-se que ambos os objetos atendem às necessidades e demandas das mulheres em seus países e se assemelham pelo método utilizado: o do midiativismo e jornalismo online gratuito e acessível. Foram obtidos alguns resultados interessantes sobre as pautas e foco de cada caso e sobre o uso das redes sociais, algo que pode ser levado em consideração e aprofundado em pesquisas relacionadas no futuro.

Referências

ALCÂNTARA, L. M. Ciberativismo e movimentos sociais: mapeando discussões. In: **Aurora: revista de arte, mídia e política**. São Paulo, v. 8, nº 23, p. 73-97, jun-set. 2015.

BANDEIRA, A P. B. S. Jornalismo feminino e jornalismo feminista: aproximações e distanciamentos. **Vozes e diálogos**. Itajaí, v. 14, n. 02, jul./dez. 2015.

BANÓN, S. R. Ciberfeminismo: de virtual a político. **Teknokultura: Revista de cultura digital y movimientos sociales**. v. 10, n. 2, p. 451-461, 2013.

BYERLY, C. M. & ROSS, K. **Women & Media: A Critical Introduction**. [s.l.]: Blackwell, 2006

CARDOSO, E. Imprensa feminista brasileira pós-1974. **Estudos Feministas**. Florianópolis, v. 12, set/dez. 2004. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/43596664?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em 13 de abril de 2017.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2013.



DI FELICE, M. Ser redes: o formismo digital dos movimentos net-ativistas. **Matrizes**, v. 7, n. 2, p. 49-71, jul./dez. 2013.

DESCARRIES, F. Estratégias de implantação de estudos feministas na universidade do Quebec em Montreal (UQAM) e perspectivas para o futuro. **Revista Estudos Feministas**, n. e, p. 423-428, 1994.

ELIAS, A. C.; SEBASTIÃO, S. P. O ativismo like: as redes sociais e a mobilização de causas. **Revista Sociedade e Cultura**, v. 15, n. 1, p. 61-70. jan./jun. 2012.

GAZETTE DES FEMMES. Disponível em: <<https://www.gazettedesfemmes.ca/>>. Acesso em 11 setembro de 2018.

GOHN, M. G. Movimentos sociais na contemporaneidade. **Revista Brasileira de Educação**, v. 16, n. 47, p. 333-512, maio/ago 2011.

_____. **Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos**. Edições Loyola: São Paulo, 2012.

GOHN, M. G.; ROMÃO, J. E. **Teorias dos Movimentos Sociais: O Debate Contemporâneo**. In: Anais do XV Congresso Brasileiro de Sociologia. 2011. p. 1-19.

INTERNATIONAL WOMEN'S MEDIA FOUNDATION. **Global Report on the Status of Women in the News Media**. Principal investigator: Carolyn M. Byerly. 2011.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo, SP: Editora 34, 1999.

MACHADO, J. A. S. **Ativismo em rede e conexões identitárias: novas perspectivas para os movimentos sociais**. In: Sociologias, Porto Alegre, ano 9, nº 18, p. 248-285, jul./dez. 2007.

MELLO, L.; BRAZ, C.; FREITAS, F. R. A.; AVELAR, R. B. Questões LGBT em debate: sobre desafios e conquistas. **Sociedade e Cultura**, v. 15, n. 1, p. 151-161, 2012.

MOND, N. Construindo espaços transnacionais a partir dos feminismos. **Estudos Feministas**, n.11, v. 2, jul-dez. 2003.

NATANSOHN, G. Qué têm a ver as tecnologías digitais com o gênero? In: **Internet em código feminino: teorias e práticas**. Buenos Aires: La Crujía, 2013.

NEVEU, E. **Sociologia do Jornalismo**. Tradução: Daniela Dariano. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

REVISTA AZMINA. Disponível em: <<https://www.azmina.com.br/>>. Acesso em 11 setembro de 2018.



SCHERER-WARREN, I. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. In: **Sociedade e Estado**, Brasília, v. 21, n. 1, p. 109-130, jan/abr. 2006.

_____. Dos movimentos sociais às manifestações de rua: o ativismo brasileiro no século XXI. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 13, n. 28, p. 13-34, set./dez. 2014.

SILVEIRA, S. A. **Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo**. In: Revista USP, São Paulo, v.1, 2010, p. 28-39.

STEINER, L. Feminist Media Theory. In: **Routledge book of journalism studies**. [s.l.]: Routledge, 2014.

TOMAZETTI, T. P. O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero. **Ingeniería En Comunicación Social**, n. 90, p. 488-500, jun-ago. 2015,

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT. **Information economy report 2017: digitalization, trade and development**. 23 out 2017. Disponível em: <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2017_en.pdf>. Acesso em 27 janeiro de 2018.

WOITOWICZ, K. J. Imprensa feminista no contexto das lutas das mulheres: Ativismo midiático, cidadania e novas formas de resistência. **Revista Ação Midiática - Estudos em comunicação, sociedade e cultura**. UFPR. n. 1, v. 2. . 2012.