

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

FRANCIELLE ESMITIZ DA SILVA

JORNALISMO FEMINISTA:

Uma análise dos processos de comunicação em rede do Portal Catarinas

São Leopoldo

2019

FRANCIELLE ESMITIZ DA SILVA

JORNALISMO FEMINISTA:

Uma análise dos processos de comunicação em rede do Portal Catarinas

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Cesar Henn

São Leopoldo

2019

S586j Silva, Francielle Esmitez da.

Jornalismo feminista : uma análise dos processos de comunicação em rede do Portal Catarinas / Francielle Esmitez da Silva. – 2019.

164f. : il. ; 30 cm.

Dissertação(mestre) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, 2019.

“Orientador: Prof. Dr. Ronaldo Cesar Henn.”

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

(Bibliotecária: Amanda Schuster – CRB 10/2517)

FRANCIELLE ESMITIZ DA SILVA

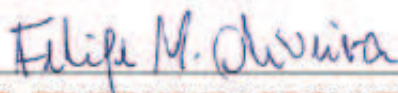
JORNALISMO FEMINISTA:

Uma análise dos processos de comunicação em rede do Portal Catarinas

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestra em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

APROVADA EM 12 DE ABRIL DE 2019.

BANCA EXAMINADORA



PROF. DR. FELIPE MOURA DE OLIVEIRA - UFRGS



PROFA. DRA. MARCIA VEIGA DA SILVA - UNISINOS



PROF. DR. RONALDO CÉSAR HENN - UNISINOS

As mulheres que lutaram e lutam pelos nossos direitos
e a todas aquelas e aqueles que acreditam e lutam por
uma sociedade mais justa.

AGRADECIMENTOS

Agradecer talvez seja uma das tarefas mais bonita e significativa. Faz lembrar o caminho que trilhei, das pessoas que me ajudaram e me guiaram até a realização deste trabalho, uma conquista pessoal e profissional. Agradeço primeiramente a minha mãe, Maria Janice, que me deu a vida e desde sempre me incentivou a estudar. Com seu exemplo de força e determinação, me fez ser a mulher que sou hoje.

Agradeço a todas as mulheres que lutaram e lutam pelos nossos direitos, e que através dessa luta, possibilitam que nós possamos estudar, trabalhar, viver. Ainda que o machismo esteja tão presente e muitas vezes nos limite, nós já avançamos muito e continuaremos a lutar por uma sociedade mais justa e igualitária para todos e todas.

Agradeço ao meu incrível e amado orientador, Ronaldo, que desde 2014 enriquece minha vida e minhas pesquisas, contribuindo não só com sua bagagem acadêmica e cultural, mas também com sua risada contagiante.

Aos professores que contribuíram ao longo da minha trajetória, seja através das aulas, de conversas, encontros, trocas e afeto. Aos colegas que nas aulas, eventos e conversas pelos corredores, de alguma forma, contribuíram para a realização dessa pesquisa.

À Maria Clara e Márcia, pelo incentivo, pelas trocas, conversas e textos. Pela inspiração, disposição e também pelas contribuições na banca de qualificação.

Agradeço ao Hector, pelo companheirismo, paciência e apoio às minhas decisões e sonhos durante todos esses anos, em especial, pelo período do mestrado.

Ao Christian, por ser o melhor amigo que eu poderia ter, por sempre estar disposto pra colaborar, dialogar e incentivar, em, praticamente, tudo que me disponho a fazer, pelas críticas, contribuições e parceria. À minha irmã, Marcelle, pelo apoio e incentivo. À Francine, pelas conversas, parcerias e colaborações durante todo esse processo. Aos amigos e amigas que incentivaram e compreenderam minhas ausências.

À Clarissa e ao Portal Catarinas por se disponibilizarem a participar e contribuir com esta pesquisa.

Aos governos Lula e Dilma, que investiram na educação e proporcionaram que milhares de jovens como eu tivessem a oportunidade de entrar em uma universidade. A Unisinos pela estrutura e apoio durante o curso e ao CNPQ por viabilizar financeiramente esse estudo.

“Nunca se esqueça que basta uma crise política, econômica ou religiosa para que os direitos das mulheres sejam questionados. Esses direitos não são permanentes. Você terá que manter-se vigilante durante toda a sua vida.” Simone de Beauvoir.

RESUMO

Este trabalho busca compreender e analisar, a partir de critérios técnicos, sociais e narrativos, como o portal Catarinas utiliza dinâmicas dos sites de rede sociais para produzir jornalismo com vistas a refletir sobre as imbricações de gênero e jornalismo do portal. O Catarinas é um portal feminista com perspectiva de gênero que produz jornalismo independente, criado em 2016, localizado no estado de Santa Catarina. Com base nos estudos feministas e de gênero, abordo a constituição do jornalismo feminista desde o século XIX, para tentar fazer correlações com o jornalismo feminista produzido atualmente. Problematizo ciberativismo, ciberativismo feminista e processos em rede para compreender as práticas comunicacionais empreendidas pelo Catarinas. Através da perspectiva transmetodológica, utilizei métodos quantitativos e qualitativos, para analisar a produção do Catarinas durante os meses de março e abril de 2018 no Facebook e no site. Constatei, através da pesquisa, que o jornalismo produzido pelo portal subverte práticas masculinistas do jornalismo, posicionando-se a partir da perspectiva de gênero. Essa operacionalidade dá espaço a uma multiplicidade de fontes da sociedade civil, construindo-se de forma colaborativa e horizontal, levando em consideração a subjetividade ao acionar a objetividade feminista, produzindo informação, conhecimento e ativismo. Nesse sentido, o jornalismo do Portal Catarinas é feminino e feminista, consciente do seu espaço no mundo e faz da comunicação uma ação estratégica com objetivo de transformação da sociedade.

Palavras-chave: Jornalismo Feminista. Gênero. Ciberativismo. Portal Catarinas.

ABSTRACT

This work seeks to understand and analyze from technical, social and narrative criteria such as the portal Catarinas uses the dynamics of social networking sites to produce journalism in order to reflect on the gender imbrications and journalism of the portal. Catarinas is a feminist portal with a gender perspective that produces independent journalism, created in 2016, located in the state of Santa Catarina. Based on feminist and gender studies, I approach the constitution of feminist journalism since the nineteenth century to try to correlate with feminist journalism produced today. I study cyberactivism, feminist cyber-feminism and network processes to understand the communication practices undertaken by Catarinas. Through the transmetodological perspective, I used quantitative and qualitative methods to analyze Catarinas' production during the months of March and April 2018 on Facebook and the site. I found through the research that the journalism produced by the portal subverts masculinist practices of journalism, positioning itself from the gender perspective, giving space to a multiplicity of sources of civil society, building itself collaboratively and horizontally, taking into consideration subjectivity by triggering feminist objectivity, producing information, knowledge, and activism. In this sense, Portal Catarinas journalism is feminine and feminist, aware of its space in the world and that makes communication a strategic action with the goal of transforming society.

Key-words: Feminist Journalism. Gender. Cyberactivism. Portal Catarinas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Jornal Brasil Mulher	41
Figura 2 – Capa do jornal Nós Mulheres.....	<u>42</u>
Figura 3 – Primeira edição do jornal Mulherio	44
Figura 4 – Capas do Nzinga Informativo	46
Figura 5 – Primeira Edição do jornal Fêmea	47
Figura 6 – Jornal ChanacomChana.....	49
Figura 7 – Jornal Fazendo Gênero.....	50
Figura 8 – As Catarinas.....	112
Figura 9 – Portal Catarinas.....	115
Figura 10 – Campanha de Financiamento Coletivo no Catarse.....	132
Figura 11 – Rede Digital do Catarinas	136

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Coletivos e suas redes	102
Quadro 2 – Publicações Facebook mês de Março	138
Quadro 3 – Publicações Facebook mês de Abril.....	139
Quadro 4 – Temas das publicações de Março no Facebook	140
Quadro 5 – Temas das publicações de abril no Facebook	140

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 JORNALISMO FEMININO E FEMINISTA: A PRODUÇÃO DO JORNALISMO E AS MARCAS DE GÊNERO	20
2.1 A TRAJETÓRIA DO MOVIMENTO FEMINISTA	20
2.2 DO SÉCULO XIX AOS DIAS ATUAIS: A PRODUÇÃO DO JORNALISMO FEMINISTA	30
2.3 GÊNERO E JORNALISMO	53
3. PROCESSOS EM REDE: CIBERATIVISMO, CIBERAÇONTECIMENTOS E COLETIVOS MUDIÁTICOS.....	66
3.1 CIBERATIVISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS EM REDE.....	66
3.2 CIBERATIVISMO FEMINISTA: AS MOBILIZAÇÕES FEMINISTAS NO CONTEMPORÂNEO.....	78
3.3 PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO EM REDE	89
3.4 COLETIVOS MUDIÁTICOS: UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO INDEPENDENTE	93
3.5 PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO EM REDE SOB O OLHAR DA CIDADANIA...	96
3 METODOLOGIA	101
4 ANÁLISE DO PORTAL CATARINAS: JORNALISMO INDEPENDENTE COM PERSPECTIVA DE GÊNERO.....	111
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	143
REFERÊNCIAS.....	151
APÊNDICE A – ROTEIRO ENTREVISTA.....	160
APÊNDICE B - COLETA CATARINAS	163
APÊNDICE C – ENTREVISTA COM CLARISSA PEIXOTO	163

1 INTRODUÇÃO

As mulheres sempre participaram de movimentos sociais e de mobilizações. No entanto, foi através dos feminismos que elas passaram a perceber formas de opressão e desigualdades geradas pelo fato de serem mulheres. O feminismo, como discutirei nesse estudo, passou a ser conhecido como um movimento social organizado no início do século XX. Desdobrou-se em três períodos, chamados de ondas, que mais tarde serão apresentadas, e vive atualmente uma efervescência em função das tecnologias digitais e ferramentas de comunicação disponíveis, tais como os sites de redes sociais.

O interesse nessa temática vem da minha trajetória como bolsista de Iniciação Científica, entre os anos de 2014 e 2016, e do interesse por temas relacionados às questões de gênero. No LIC – Laboratório de Investigação do Cibercontecimento – grupo que integro. Através das pesquisas desenvolvidas, eu pude me dedicar, em paralelo a graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, às questões jornalísticas, produção de cibercontecimentos (HENN, 2014) e à relação deles com questões de gênero e homofobia. Também participei de pesquisas em torno da produção e circulação jornalística através de coletivos midiáticos (Maria Clara AQUINO BITTENCOURT¹, 2016) que atuam de forma independente da mídia de massa, produzindo e espalhando conteúdo por meio de plataformas digitais. A proposta surge, assim, para dar sequência ao meu desenvolvimento no campo científico e também para aprofundar as pesquisas e investigações que surgiram no período como bolsista².

Com o crescimento da internet e do uso dos sites de redes sociais (SRS) (Raquel RECUERO, 2009), o feminismo tem ganhado visibilidade e mobilizado debates em favor da igualdade de direitos entre homens e mulheres, buscando desconstruir a ideia do que se acredita ser mulher e seu lugar no mundo,

¹ Optei por trazer o primeiro nome das autoras por acreditar que seja uma forma de dar visibilidade às suas produções acadêmicas.

² No meu TCC, “Lágrimas da Família Tradicional: os sentidos inaugurados pela campanha de Dia dos Namorados da O Boticário” identifiquei os sentidos que emergiram do vídeo da campanha da marca O Boticário, no qual aparecem casais homossexuais, me aproximando de questões de gênero e sexualidade.

problematizando gênero a partir da ideia de construção social e cultural do masculino e do feminino (Guacira LOURO, 1997).

Em 2015, através dos sites de redes sociais, diversos ciberacontecimentos (HENN, 2014) em torno de pautas feministas eclodiram e espalharam-se pelas redes digitais através de campanhas e *hashtags*. Debates em torno da questão do aborto, assédios sofridos pelas mulheres na infância e adolescência e campanhas denunciando comportamentos machistas cotidianos, ganharam espaço na rede com o objetivo de empoderar as mulheres e conscientizá-las sobre o machismo enraizado na sociedade³. As campanhas geraram um aumento nas buscas por termos como *feminismo* e *empoderamento* no Google⁴, de 86,7% e 354,5%, respectivamente. Essas mobilizações ganharam as redes e as ruas, no que ficou mais tarde conhecida como a Primavera das Mulheres⁵. Desde então, muitas outras campanhas e mobilizações têm ganhado redes e ruas em busca da igualdade entre homens e mulheres. Em 2017, feminismo foi eleita a palavra do ano pelo dicionário estadunidense⁶, e, acredito que em função do feminismo digital, o número de mulheres que se identificam com o movimento tem crescido ⁷.

Concordando com a afirmativa de Castells (2013, p. 8) de que “as redes sociais não são apenas ferramentas, mas modelos organizacionais, expressões culturais e plataformas específicas para autonomia política”, duas ações foram exemplos dessa autonomia política possibilitada pelos SRS. Elas protagonizaram e disseminaram pela rede campanhas de empoderamento feminino com o objetivo de desconstruir o machismo presente na sociedade. O coletivo Think Olga⁸ e a *fanpage* Não me Khalo⁹ são duas iniciativas feministas que procuram, por meio do conteúdo publicado, informar e empoderar mulheres, potencializando a luta contra as opressões de gênero. No ano de 2015, o coletivo e a página transformam duas *hashtags* em

³ Pesquisas realizadas pela autora enquanto bolsista de Iniciação Científica no período de 2014 a 2016.

⁴ Estudo realizado pelo Think Olga com base em menções quantitativas em eventos pontuais de 2015. Fonte: <http://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/> Acesso em 01/03/2018

⁵ Ficou conhecida como a Primavera das mulheres em 2015, no Brasil, a série de manifestos realizados nos SRS e nas ruas voltadas aos direitos das mulheres. Por meio de *hashtags*, protestos, denúncias de assédio e violência, campanhas de conscientização, o movimento feminista retornou a cena. Ver mais: <http://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/> Acesso em 01/13/2018.

⁶ Fonte: <https://g1.globo.com/educacao/noticia/feminismo-e-eleita-a-palavra-do-ano-pelo-dicionario-americano.ghtml> Acesso em 18/02/18

⁷ Fonte: <http://www.otempo.com.br/interessa/mais-de-60-das-mulheres-no-país-se-dizem-feministas-1.993187> Acesso em: 18/01/18

⁸ Ver mais: <http://thinkolga.com/>

⁹ Ver mais: <https://www.facebook.com/NaoKahlo/?fref=ts>

campanhas ciberativistas que tornaram-se ciberacontecimentos (HENN, 2014), acontecimentos que se articulam nos sites de redes sociais, como veremos mais adiante. A primeira campanha foi motorizada pelo caso de assédio sofrido pela participante de 12 anos do Masterchef Júnior, Valentina: a *hashtag* #PrimeiroAssédio, criada pela Think Olga em outubro de 2015, convidava o público a relatar assédios sofridos ainda na infância. A *fanpage* Não Me Kahlo visibilizou a *hashtag* #MeuAmigoSecreto, criada por um grupo de feministas, que tinha como objetivo denunciar comportamentos machistas diários¹⁰.

Foram dois acontecimentos que marcaram a sociedade e em especial o jornalismo, não só pela dimensão que alcançaram, mas que demonstraram como a rede produz acontecimentos que influenciam as dinâmicas jornalísticas, apresentando um campo de estudo instigador com potencialidades para desenvolver uma pesquisa.

De acordo com Braga (2005), são as dúvidas que nos movem a pesquisar e são essas dúvidas que orientam o trabalho de investigação. Partindo da curiosidade em torno da relação entre ciberativismo feminista e jornalismo e levando em consideração o tempo para execução da pesquisa, tenho como pergunta norteadora ou problema de pesquisa, a questão seguinte:

Como o portal Catarinas apropria-se das dinâmicas dos sites de redes sociais para produzir jornalismo? Que práticas de comunicação são utilizadas? Como essa produção se desdobra sobre questões de gênero? E o que o jornalismo produzido tem em comum com as produções feministas anteriores?

Estabelecemos como objetivos para o trabalho:

Objetivo geral:

- Compreender e analisar as práticas de produção e circulação do portal Catarinas, a partir de critérios técnicos, sociais e narrativos e observar como as dinâmicas dos sites de rede sociais são apropriadas para produzir jornalismo com vistas a refletir sobre as imbricações de gênero e jornalismo.

Objetivos específicos:

- Analisar a produção jornalística do Catarinas e perceber como o coletivo se desdobra sobre as questões de gênero.

- Compreender as lógicas de funcionamento do Catarinas e a dinâmica de produção e circulação de conteúdo.

¹⁰ Pesquisa realizada e apresentada pela autora na mostra de Iniciação Científica da Unisinos de 2015. Disponível em: <http://repositorio.unisinos.br/anais/mostra/mostra2016/mostra2016.html#864>

- Refletir sobre o movimento feminista, gênero e as imbricações com o jornalismo.

A partir das ideias de Márcia Veiga da Silva e Virgínia Fonseca (2011, p. 185), acredito ser necessária e fundamental uma comunicação com papel social, interessada em alargar as vozes que constituem os discursos comunicacionais e que permita conhecer o diferente que, como as autoras sugerem, pode motorizar significativas transformações socioculturais. Além disso, de acordo com as autoras, o jornalismo em suas práticas internas, reverbera uma série de preconceitos, refletindo-se “num conhecimento social e cultural que ensina ao mesmo tempo em que constrói realidades”. Nessa perspectiva, os coletivos feministas buscam atuar de forma independente da mídia tradicional, informando, promovendo debates, produzindo circulando conteúdos na tentativa de desconstruir preconceitos enraizados.

Pesquisas na área de comunicação voltadas aos estudos feministas e de gênero não são recentes. No entanto, a partir da internet e dos sites de redes sociais, das mobilizações feministas e dos movimentos de luta da população negra e LGBTQ¹¹, o interesse no tema aumentou significativamente. A partir de pesquisas realizadas em eventos e congressos de estudos em comunicação, periódicos Capes e bancos de teses e dissertações, durante o ano de 2017, consegui localizar pesquisas que se desdobram sobre coletivos feministas, ativismo feminista, jornalismo e sites de redes sócias individualmente, entretanto, não consegui encontrar pesquisas que trabalhem especificamente com a interface jornalismo, gênero e sites de redes sociais. Como citado anteriormente o objetivo desta pesquisa é compreender como o Portal Catarinas, veículo jornalístico independente digital utiliza os sites de redes sociais para produzir e circular informação, na tentativa de pensar formas possíveis de jornalismo que subvertam a lógica masculinista. Nesse sentido acredito que este trabalho possa contribuir com a área e com pesquisas futuras.

Coletivos feministas e esforços para produzir informação voltadas às pautas dos movimentos sociais existem desde o século XIX, no entanto, a cultura vai se transformando. Acredito que os coletivos feministas, assim como os coletivos voltados ao movimento negro e movimento LGBTQ, têm potencializado importantes debates entorno de suas pautas, contribuindo para que as violências sofridas por

¹¹ Sigla para o movimento de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Queers.

esses grupos não sejam silenciadas, e mais do que isso, visibilizando essas pessoas para que suas diferenças não sejam transformadas em desigualdades. No contexto social atual, é importante trazer os dados da violência para evidenciar a importância desses movimentos e o quanto ainda é necessária a luta por uma sociedade mais justa e igualitária. Uma mulher é estuprada a cada 11 minutos no Brasil, uma mulher é assassinada a cada 2 horas e a cada hora 503 mulheres são agredidas¹², onde os assassinatos de mulheres negras tiveram, entre 2006 e 2016, um aumento de 71% em relação a assassinatos de mulheres brancas, onde um jovem negro é 2,7 mais vulnerável ao risco de morte que um jovem branco¹³ e onde um LGBT é morto a cada 19 horas¹⁴. A partir disso, penso que a pesquisa se justifica por buscar compreender as estratégias e formas de produção e circulação de conteúdos, utilizadas pelos coletivos na conjuntura atual.

Penso a pesquisa enquanto um processo de aprendizagem em contínua transformação. Um processo compartilhado, muitas vezes colaborativo, que acontece por meio de textos, debates, troca de materiais e até mesmo em espaços de lazer. Se dá no campo de observação, na escrita, na entrevista, nas análises, nas discussões com os autores e pesquisadores convidados pro texto, e que está em constante movimento.

Howard Becker (2008) percebe a pesquisa enquanto um processo complexo formado por todos aqueles que fazem parte ou que estão no entorno do objeto ou do pesquisador/a e propõe que existem algumas possibilidades e combinações que em conjunto levam a um resultado específico. O autor enfatiza que uma situação que aconteça de maneira diferente, pode influenciar todo o processo. Nesse sentido, a pesquisa é um processo em transformação que não é estável, tampouco pode ser considerado um processo único: se dá de forma individual e compartilhada. Compreendo que construímos uma pesquisa através de nossos olhares, reflexões, seleção de amostras, análise, mirada epistemológica, nossas vivências e também a partir daquilo que apreendemos da nossa realidade. São conhecimentos e saberes localizados e parciais, conforme nos ensina Donna Haraway (1995).

¹²Fonte: <http://www.agenciapatriciagalvao.org.br/dossies/violencia/> Acesso em jun.2018

¹³Fonte:http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/relatorio_institucional/180604_atlas_da_violencia_2018.pdf Acesso em jun 2018.

¹⁴Fonte:<https://oglobo.globo.com/sociedade/assassinatos-de-lgbt-crescem-30-entre-2016-2017-segundo-relatorio-22295785> Acesso em jun.2018

Ao falar de ciência moderna, Hissa (2013, p. 20) pontua que tudo que for da subjetividade do sujeito, tudo aquilo que não for associado à razão, não seria bem visto. Dessa forma, os textos que evidenciem a subjetividade do autor, normalmente considerados de estilo ensaístico, tendem a serem desvalorizados em relação aos convencionalmente científicos. O autor aponta que: “é artificial a concepção do sujeito do conhecimento que neutraliza o sujeito do mundo que deveria carregar. Não há sujeito do conhecimento do mundo, e tampouco, sujeito do saber, que não seja sujeito do mundo”, afinal o sujeito que está produzindo conhecimento não é neutro, é atravessado por uma série de vivências e visões de mundo.

A partir de discussões com colegas, em eventos e grupo de pesquisa, optei por escrever este texto em primeira pessoa, por entender que, apesar de este trabalho ser desenvolvido em conjunto com o orientador, colegas de pesquisa, grupos de estudos e professores, é um trabalho construído a partir das minhas percepções, compreensões de mundo, trajetória de pesquisa e de minhas lentes teóricas. Sendo eu uma sujeita do mundo, constituída de valores e percepções próprias carregadas de subjetividade, evidencio que esta pesquisa é uma construção, resultado de um recorte histórico e social, produzida por uma mulher branca, jovem, feminista. Isto é reconhecer que a pesquisa parte de saberes localizados e parciais (Donna HARAWAY, 1995). Importante dizer também que este estudo é resultado dos encontros com colegas, com autores e autoras, de exercícios, leituras, aulas, eventos, conversas e trabalhos desenvolvidos ao longo do curso de mestrado.

O primeiro capítulo aborda as questões de gênero, jornalismo e feminismo. Recupero a trajetória do movimento feminista para compreender suas pautas e desdobramentos, retorno ao século XIX para contar a história das produções feministas no jornalismo, chegando até os dias atuais. No terceiro subcapítulo discuto o conceito de gênero articulando ao jornalismo, partindo da compreensão de que o jornalismo é masculino (VEIGA DA SILVA, 2010), e pensando formas de observar novas formas possíveis de fazer jornalismo a partir da emergência do feminino e de lógicas de subversão das práticas masculinistas.

O foco do segundo capítulo é compreender os processos em rede e de que forma eles se dão, buscando compreender o que dessas práticas são apropriadas pelo coletivo Catarinas, objeto da pesquisa. O primeiro subcapítulo tenta compreender o conceito de ciberativismo e quais dinâmicas podem ser tomadas como ciberativistas, para, no segundo subcapítulo pensar as praticas ciberativistas feministas no

contemporâneo. Depois, discuto a noção de ciberacontecimento e o conceito de coletivos midiáticos, observando os conceitos de cidadania e cidadania comunicativa como elementos importantes para a prática comunicacional dos coletivos feministas.

O terceiro capítulo é dedicado a apresentação das metodologias e estratégias utilizadas para alcançar os objetivos propostos. A partir dos caminhos e métodos utilizados compreendo que a perspectiva transmetodológica (MALDONADO, 2015) foi a que melhor atendeu as necessidades da pesquisa.

O quarto capítulo aborda, por meio de entrevistas e análise dos materiais publicados, a análise do Portal Catarinas, onde é possível conhecer a história do portal, suas integrantes e as lógicas e dinâmicas empreendidas. Por fim, são realizadas considerações sobre os processos, objetivos e problemas mobilizados na pesquisa.

2 JORNALISMO FEMININO E FEMINISTA: A PRODUÇÃO DO JORNALISMO E AS MARCAS DE GÊNERO

2.1 A TRAJETÓRIA DO MOVIMENTO FEMINISTA

Ao movimento que luta pela igualdade de direitos sociais, econômicos e políticos entre homens e mulheres dá-se o nome de feminismo. O termo surgiu nos Estados Unidos em 1911, quando escritoras e escritores passaram a utilizar o termo no lugar de movimento de mulheres (Carla GARCIA, 2015). Muitos estudos, como os de Maria Amélia Teles (1999), Celi Pinto (2003) e Garcia (2015), fazem uma recuperação da trajetória do movimento feminista e do movimento feminista brasileiro. Entretanto, considero necessário trazer esse resgate histórico para o texto com o intuito de compreender como o movimento se constituiu ao longo do tempo, sua organização e estratégias de mobilização, procurando observar de que forma estas lógicas se fazem presentes nas mobilizações atuais.

As mulheres sempre participaram das mobilizações sociais no decorrer da história ocidental, sendo e aquelas que se revoltaram contra sua condição e que lutaram por liberdade, muitas vezes ao preço da própria vida. (PINTO, 2010). No entanto, ao falar de feminismo como movimento social organizado reporta-se ao século XIX no ocidente (Guacira LOURO, 1997). O movimento comumente está dividido em três momentos históricos distintos, que carregam marcas e anseios desses períodos, muitas vezes contestados em questões teóricas e práticas. Esses períodos são conhecidos como ondas, do inglês *the waves terminology*, em referência a um projeto que ainda não se completou (Magda SANTOS, 2017). Assim como as ondas do mar com marés altas e baixas e fluxos diversos, é possível pensar que a atividade feminista tem variações de intensidade conforme os períodos de tempo (SCHOLZ, 2010 apud SANTOS 2017). A cada onda que emerge, novos métodos são incorporados, novos acontecimentos se dão e novas personagens constroem a narrativa e as pautas do movimento.

O surgimento do feminismo enquanto movimento social organizado aconteceu entre os séculos XIX e XX e ficou conhecido pela luta por direitos como o voto e condições de trabalho e educação, mais tarde chamada de sufragismo ou primeira onda do feminismo. A segunda onda se dá entre os anos 1960 e 1980, e volta-se para as construções teóricas, para as mobilizações de protestos e marchas públicas e à

criação de grupos de autoconsciência. A terceira onda acontece nos anos 1990. Alguns estudiosos e estudiosas utilizam o termo feminismo contemporâneo para se referir ao movimento que avança até a nossa década. Essa fase caracteriza-se pela diversidade e disseminação do movimento enquanto filosofia política, marcada pela forte produção acadêmica. (TOMAZETTI, 2015; GARCIA, 2015, LOURO, 1997).

A primeira onda acontece, como mencionado, a partir das últimas décadas do século XIX, quando as mulheres se organizaram, a partir da Inglaterra, para lutar por seus direitos, sendo o primeiro deles o direito ao voto. As mulheres que lutaram nesse período ficaram conhecidas como sufragistas – organizavam manifestações, várias delas foram presas por diversas vezes, além de promoverem greves de fome. No Reino Unido, o direito ao voto foi alcançado em 1918, no Brasil, como veremos a seguir, o voto foi conquistado em 1932 (PINTO, 2010).

No Brasil, a primeira onda feminista também buscava o direito ao voto, e era liderada por Bertha Lutz. A bióloga, que retornou ao país em 1910, após concluir seus estudos, foi uma das figuras marcantes do feminismo brasileiro neste período. Criou junto com outras mulheres a Federação Brasileira pelo Progresso Feminino, fazendo campanha pelo direito ao voto feminino, e em 1927 levou ao Senado um abaixo-assinado que pedia a aprovação do Projeto de Lei que concedia o direito ao voto às mulheres. Em 1932, o novo código brasileiro foi promulgado instituindo o voto feminino.

Nesse primeiro momento as questões pelas quais se lutavam eram de interesse de mulheres brancas e de classe média. Quando alcançadas, gerou certa acomodação (LOURO, 1997). Com isso o feminismo, de modo geral, na Europa, nos Estados Unidos e no Brasil, só ressurge na década de 1960, mais tarde chamado de segunda onda do feminismo.

A segunda onda do feminismo emergiu no final dos anos 1960, após um período de desmobilização, e nesse momento voltou-se também para as construções teóricas. É nesse período que através de discussões entre militantes, críticos e estudiosas e estudiosos surge o conceito de gênero. Neste período, a publicação do livro *O segundo sexo*, de Simone de Beauvoir, marca não só as mulheres, como também a retomada do movimento, sendo fundamental para a segunda onda. (PINTO, 2010). Nessa época, emerge o feminismo radical que se debruçava sobre as relações de poder que estruturavam a família e sobre as questões da sexualidade. As radicais revolucionaram a teoria política e feminista contribuindo, principalmente, com os

grandes protestos e marchas públicas, criação de grupos de autoconsciência e de centros alternativos de ajuda e autoajuda (GARCIA, 2015; LOURO, 1997). De acordo com Pinto (2010, p. 16):

A década de 1960 é particularmente importante para o mundo ocidental: os Estados Unidos entravam com todo o seu poderio na Guerra do Vietnã, envolvendo um grande número de jovens. No mesmo país surgiu o movimento *hippie*, na Califórnia, que propôs uma forma nova de vida, que contrariava os valores morais e de consumo norte-americanos, propagando seu famoso lema: “paz e amor”. Na Europa, aconteceu o “Maio de 68”, em Paris, quando estudantes ocuparam a Sorbonne, pondo em xeque a ordem acadêmica estabelecida há séculos; somou-se a isso, a própria desilusão com os partidos burocratizados da esquerda comunista. O movimento alastrou-se pela França, onde os estudantes tentaram uma aliança com operários, o que teve reflexos em todo o mundo. Foi também nos primeiros anos da década que foi lançada a pílula anticoncepcional, primeiro nos Estados Unidos, e logo depois na Alemanha.

Nesse contexto, Betty Fiedmann lança *A mística feminina*, outro livro que marca esta geração. A partir disso, o feminismo ganha novos contornos buscando liberdade e autonomia para as mulheres, problematizando as relações de poder entre homens e mulheres e a dominação masculina (PINTO, 2010).

A partir dos movimentos sociais dos anos 1960 pelo mundo, o movimento feminista ressurgiu com o slogan famoso “o pessoal é político”, criado por Carol Hanisch em 1969, que questiona e busca romper com a ideia de que o político está relacionado apenas a esfera pública. Nessa perspectiva Ana Costa (2005, p. 10) coloca que “o feminismo traz para o espaço da discussão política as questões até então vistas e tratadas como específicas do privado, quebrando a dicotomia público-privado, base de todo o pensamento liberal sobre as especificidades da política e do poder político”.

Enquanto os países europeus promoviam revoltas e bagunçavam a ordem social na década de 1960, o Brasil vive uma situação diferente. Após a renúncia de Jânio Quadros ao cargo de presidente, em agosto de 1961, Jango assume o governo e no ano de 1964 acontece o golpe militar, menos agressivo em seu início, mas que se tornaria uma das ditaduras mais severas a partir da publicação do Ato Institucional nº 5 (AI-5) em 1968, tornando o presidente em um ditador. (PINTO, 2010). Pinto (2010) complementa que muitos grupos de esquerda se mobilizavam na clandestinidade, e mesmo nessa época aconteceram as primeiras manifestações feministas.

Foi no ambiente do regime militar e muito limitado pelas condições que o país vivia na época, que aconteceram as primeiras manifestações feministas no Brasil na década de 1970. O regime militar via com grande desconfiança qualquer manifestação de feministas, por entendê-las como política e moralmente perigosas. (PINTO, 2010, p. 16)

De acordo com Mariza Correa (2001, p. 14), foi nos anos 1970 que o movimento feminista brasileiro teve maior expressividade, associado aos movimentos populares da época, como luta por moradia e melhores condições de vida e movimentos pela anistia aos presos políticos. A autora destaca que foram os piores anos da ditadura, onde houve grande repressão as lutas da esquerda, sendo frequente morte, prisão e tortura de militantes e simpatizantes. Além disso, havia “um esvaziamento dos canais políticos tradicionais, com a censura aos jornais, a dissolução dos partidos políticos existentes e a permanente ameaça de cassação dos direitos políticos daqueles que ainda estavam atuando no cenário partidário.”

Nesse contexto, o movimento feminista, assim como outros movimentos sociais, passou a se articular por meio da Igreja e do Partido Comunista. Contudo, a relação entre as feministas, a igreja e os militantes comunistas era conflituosa em função de as feministas intercederem pelo aborto, divergindo da igreja. Já o atrito com militantes comunistas se dava em função da prioridade geralmente dada à luta “mais ampla”, em detrimento das pautas feministas (CORREA, 2001).

Com o golpe de 1964 no Brasil, muitas pessoas perseguidas pela ditadura tiveram que se exilar, em especial, pessoas pertencentes à classe média instruída e intelectualizada. Os países do Cone Sul¹ serviram de abrigo, mas com o golpe no Chile em 1973 e a repressão política na Argentina, Paris acabou tornando-se destino de muitos exilados. E em função do clima de terror, muitos universitários acabaram indo fazer pós-graduação em países europeus (Maria MORAES, 2012).

A França tornou-se o epicentro do asilo político, reforçando os laços entre a esquerda francesa e os militantes políticos. As exiladas entraram em contato estreito com o movimento de mulheres e feminista franceses, que nos anos 70 estavam no seu auge político. A influência do feminismo francês na formação das brasileiras foi ponderável, especialmente com a constituição do *Círculo de Mulheres* composto por exiladas e estudantes brasileiras no exterior. O impacto dessa experiência foi especialmente forte entre as mulheres que, no encontro com o feminismo europeu, passaram a refletir sobre sua própria situação (MORAES, 2012, p. 114)

¹ O Cone Sul é formado pela Argentina, Chile, Uruguai, Paraguai e Brasil.

De acordo com Moraes (2012), a esquerda francesa vivia seu melhor momento e a França se transformou num núcleo disseminador do feminismo europeu. E foi através do contato com as feministas francesas que o feminismo brasileiro deste período passou a se constituir.

Os brasileiros exilados na França articulavam-se em grupos, atentos ao que a esquerda brasileira fazia e no final dos anos 1960 criaram o grupo Debate sob a liderança de João Quartim. As mulheres participavam do grupo, mas tinham a necessidade de debater questões próprias, surgindo a necessidade de criação de um grupo específico para discussão sobre as questões das mulheres, assim, surgiu o Coletivo de Mulheres no Exterior ou Circulo de Mulheres Brasileiras. Com o tempo o grupo passou a ser um dos mais importantes e influentes grupos organizados fora do Brasil. Importante salientar que as relações passam a ter uma politização de gênero, tendo em vista que os homens exilados consideravam a mobilização das mulheres como algo que enfraqueceria e tiraria o foco da luta pelo socialismo e pelo fim da ditadura (MORAES, 2012). Em 1976, o Circulo de Mulheres publicou uma carta, em que falavam da situação em que se encontravam:

Ninguém melhor que o oprimido está habilitado a lutar contra a sua opressão. Somente nós mulheres organizadas autonomamente podemos estar na vanguarda dessa luta, levantando nossas reivindicações e problemas específicos. Nosso objetivo ao defender a organização independente das mulheres não é separar, dividir, diferenciar nossas lutas das lutas que conjuntamente homens e mulheres travam pela destruição de todas as relações de dominação da sociedade capitalista. (PINTO, 2010, p.16).

Em 1975, a Organização das Nações Unidas instituiu aquele ano como Ano Internacional da Mulher e várias atividades públicas foram organizadas em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, reunindo mulheres para discutir sobre sua condição na sociedade a partir das ideias do feminismo que estava se desenvolvendo nos países da Europa e também nos Estados Unidos (COSTA, 2005). A partir disso, muitos grupos de estudos e reflexão começam a surgir pelo país.

Segundo Freitas (2017) as mulheres negras brasileiras não se sentiam representadas pelo feminismo difundido pelas mulheres brancas e proprietárias. Com base em Kia Caldwell (2010) a autora coloca que nos anos 1970 trabalhos de Lélia Gonzalez, Beatriz Nascimento, Sueli Carneiro, Thereza Santos, Edna Roland, Luiza

Barros e Fátima Oliveira, alinhadas a militância foram importantes para a construção do pensamento e da teoria do feminismo negro no país.

O movimento de mulheres negras surge a partir da intersecção do movimento negro e do movimento feminista. Várias integrantes do movimento de mulheres negras iniciaram suas atividades no Movimento Negro Unificado (MNU), fundado em São Paulo nos anos 1970, que lutava pelo fim das violências contra a população negra. O movimento das mulheres negras se fortaleceu nos anos 1980, fruto das demandas de raça e gênero. (FREITAS, 2017).

Ribeiro (1995) e Moreira (2007) destacam que o marco do movimento de mulheres negras brasileiras se dá durante o III Encontro Feminista Latino americano, realizado em Bertioga, em 1985, quando o Nzinga – Coletivo de Mulheres Negras sugere a aprovação de uma moção contra o racismo na África do Sul (LEMOS, 1997). O resultado é a organização atual de mulheres negras como expressão coletiva e com o intuito de adquirir visibilidade política no campo feminista. (FREITAS, 2017, p. 104).

O movimento feminista é marcado por varias tensões e embates internos, como vimos anteriormente. Da mesma forma entre as feministas brancas e negras.

Enquanto na superfície parecia que mulheres brancas e negras poderiam se unir e lutar contra sua opressão comum enquanto mulheres, diferenças entre elas, em termos de experiências e lugares sociais, tornaram-se fontes de conflito e divisão dentro do movimento feminista. Muitas dessas divisões se mantêm até hoje. Enquanto buscavam no feminismo um alívio para o sexismo que encontravam em organizações negras, várias negras brasileiras logo perceberam que a raça provocava uma fissura que impedia a união de negras e brancas numa luta supostamente fraterna por uma causa comum. (CADWELL, 2000, p. 98 apud FREITAS, 2017, p. 104)

O feminismo do norte-global não levava em consideração as experiências diferenciadas das mulheres negras como, por exemplo, a divisão racial do trabalho, a esterilização de mulheres pobres, a maioria negra. Nesse sentido, Freitas (2017) coloca com base em Gonzalez (1985) que as feministas negras estavam mais próximas do movimento negro do que do movimento feminista, “(...) uma vez que é a partir da discriminação racial que as mulheres negras se percebem sofrendo a dupla opressão, tanto em relação a homens e mulheres brancas, quanto aos próprios companheiros do movimento – os homens negros.” (FREITAS, 2017b, p. 9).

Segundo Freitas (2017) com o retorno dos movimentos sociais, o movimento negro e de favelas voltam a atuar também, trabalhando juntos nas eleições de 1982. A partir de então passaram a trabalhar em conjunto, realizando eventos, formando

organizações ligadas ao movimento negro nas periferias. O jornal “O Favelão”, por exemplo, cobria e divulgava eventos do movimento negro.

Nesse momento, mulheres que atuavam tanto no movimento negro quanto no movimento de favelas fundam o Nzinga Coletivos de Mulheres Negras, em 16 de junho de 1983, no Rio de Janeiro, tendo como sede a Associação do Morro dos Cabritos. O nome foi sugestão de Lélia Gonzalez em referência a rainha Nzinga, que enfrentou o colonialismo português em Angola. A logomarca do grupo também carrega referências a religião afrobrasileira e aos movimentos feministas.

O objetivo do grupo era promover atividades com mulheres negras, de baixa renda, vinculando a discussões sobre raça e gênero. Através de um folheto, entregue em evento promovido pelo grupo comemorando o Dia Internacional da Mulher e o Dia Internacional pela Eliminação da Discriminação Racial, o coletivo evidencia sua diretriz:

Somos um Coletivo: não aceitamos que a arbitrariedade de uma hierarquia autoritária determine nossas decisões, mas que elas sejam o resultado de discussões democráticas. Somos um Coletivo de Mulheres porque lutamos contra todas as formas de violência, ou seja, lutamos contra o sexismo e a discriminação sexual. Somos um Coletivo de Mulheres Negras: além do sexismo, lutamos contra o racismo e a discriminação racial que fazem de nós o setor mais explorado e mais oprimido da sociedade brasileira [...] Nosso objetivo é trabalhar com as mulheres negras de baixa renda (mais de 80% das trabalhadoras negras), que vivem principalmente nas favelas e nos bairros de periferia. E por quê? Porque são discriminadas pelo fato de serem mulheres, negras e pobres. (GONZALEZ, 1985, p. 103-104 apud FREITAS, 2017, p.107).

Dois anos mais tarde, o Nzinga cria com apoio financeiro o Nzinga – informativo. Um jornal feminista produzido por e para mulheres negras, como veremos no próximo item sobre jornalismo feminista.

O movimento feminista é plural desde suas primeiras articulações. Os grupos formados por mulheres para discutir questões próprias eram diversos e atravessados por divergências políticas, como coloca Mariza Correa (2001). Em 1981, a autora conta que no III Congresso da Mulher Paulista os conflitos do Congresso realizado no ano anterior geraram uma ruptura no movimento. Nesse contexto, várias das feministas mais antigas se dispersaram em ONGs, grupos de estudos e partidos políticos desenvolvendo uma militância mais discreta.

Em 1983, São Paulo foi o primeiro estado a criar órgãos e agências voltados às mulheres, sendo seguido pelos demais estados. Criou o Conselho Estadual da

Condição Feminina e em 1985 a Delegacia de defesa dos direitos da Mulher. No mesmo ano o governo federal criou o Conselho Nacional, uma das maiores vitórias do movimento na época, que mobilizou importantes grupos na articulação da campanha “Constituinte pra valer tem que ter palavra de mulher”, pedindo pela inserção dos direitos das mulheres na constituição. A partir de eventos feitos pelo país, organizaram as demandas em um encontro nacional de mulheres, enviada por meio de carta a Assembléia Constituinte. A Constituição de 1988 foi promulgada e é uma das que mais garante direitos para as mulheres. (CORREA, 2001; PINTO, 2010).

Nessa linha Celi Pinto coloca que:

No primeiro governo de Luiz Inácio Lula da Silva, foi criada a Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, com *status* de ministério, e foi recriado o Conselho, com características mais próximas do que ele havia sido originalmente. Ainda na última década do século XX, o movimento sofreu, seguindo uma tendência mais geral, um processo de profissionalização, por meio da criação de Organizações Não-Governamentais (ONGs), focadas, principalmente, na intervenção junto ao Estado, a fim de aprovar medidas protetoras para as mulheres e de buscar espaços para a sua maior participação política. Uma das questões centrais dessa época era a luta contra a violência, de que a mulher é vítima, principalmente a violência doméstica. Além das Delegacias Especiais da Mulher, espalhadas pelo país, a maior conquista foi a Lei Maria da Penha (Lei n. 11 340, de 7 de agosto de 2006), que criou mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher. (PINTO, 2010, p. 17)

Mariza Correa (2001, p. 20) coloca que “o contexto era assim favorável à discussão dos movimentos sociais que estavam presentes na sociedade mais abrangente e à discussão de idéias democráticas dentro das salas de aula.” Ou seja, as discussões ganhavam espaço e mobilizavam outras pessoas a agregar ao movimento feminista possibilitando diálogos com outros movimentos sociais como o dos homossexuais.

Para Ana Costa (2005) o movimento feminista brasileiro dos anos 1970 é heterogêneo e parte de um movimento maior que lutava não só contra as diferentes opressões das mulheres, como também lutava pela redemocratização que se dá em 1980. Com isso o feminismo brasileiro se espalha pelo país através dos diversos coletivos e grupos, pautando temas diversos ligados as mulheres (PINTO, 2010), chegando a TV e transformando os programas tidos como femininos. Estes grupos se articulavam aos movimentos populares, ampliando o dialogo, os discursos e as ações entre eles. (COSTA, 2005).

A terceira onda se constitui por uma diversidade de feminismos, com divergências e similaridades. Judith Butler é a pensadora que se destaca, a partir da sua mirada sobre gênero e sexualidade articulados à linguagem e à performatividade. Nesse período, surge o ciberfeminismo, movimento que começou com a experimentação do feminismo junto à arte virtual, que acreditava na ideia de que as Tecnologias da Informação e Comunicação poderiam transformar a sociedade, os meios tecnológicos e as construções sociais em torno do gênero. (Ana MIGUEL, Montserrat BOIX, 2013; SOUZA, 2015). As primeiras a utilizarem o termo foram, de acordo com Miguel e Boix (2013), Francesca da Rimini, Julianne Pierce, Josephine Starrs e Virginia Barratt, no início dos anos 1990, na Austrália. Julliane Pierce através de um relato diz que:

[...]o termo estava aparecendo simultaneamente em outras partes do mundo. Era um fenômeno espontâneo que surgia em lugares distintos como resposta a ideias como o *ciberpunk*, que eram muito populares. Desde então este termo se propagou rapidamente e, sem dúvida, é uma ideia adotada por muitas mulheres interessadas na teoria e na prática *tecnó*". (MIGUEL, BOIX, 2013, p. 55).

Ancoradas em Ana Martínez Callado, as autoras entendem que o ciberfeminismo faz uma crítica a questão de gênero na cultura eletrônica e ao mesmo tempo transforma as relações das mulheres com as Tecnologias da Informação. De acordo com Souza (2015), a partir dos anos 2000 com as tecnologias disponíveis, as mulheres passaram a produzir conteúdos próprios e disponibilizá-los em espaços de comunicação criados por elas. Com as dinâmicas possibilitadas pelos espaços de comunicação digital, o ciberfeminismo obtém visibilidade se espalhando pela rede, difundindo suas pautas e ideias.

Tomazetti (2015) coloca, a partir de Pinto (2003), que o movimento feminista reconhece a importância dos meios de comunicação na sociedade. A partir da segunda onda passa a produzir a crítica, tanto acadêmica quanto prática e utilizar as mídias de modo alternativo como forma de enfrentamento aos discursos hegemônicos. Em função da necessidade de construir discursos próprios, o movimento passa a criar seus espaços de comunicação através de jornais e revistas.

Com as possibilidades ofertadas pela comunicação digital, o feminismo passa a ter também nesse espaço, possibilidade de ação e organização, por meio da produção de conteúdo e difusão de informação, que geralmente são ignoradas pelos

espaços de mídia tradicional. Já nos anos 1990, vários grupos feministas passam a ocupar e disputar espaço na internet com o intuito de dar protagonismo para a mulher criando, produzindo e espalhando conteúdo (TOMAZETTI, 2015).

De modo geral, a história apresenta o feminismo como um movimento único. Contudo, é possível perceber uma pluralidade de vertentes políticas que compõem o movimento, como por exemplo, o feminismo liberal e burguês dedicado à luta pelo voto feminino e pelo acesso ao ensino; o feminismo associado aos movimentos socialistas, que buscam melhores condições de trabalho e melhores salários; o feminismo anarquista voltado às questões de sexualidade, direito ao próprio corpo e acesso a educação (LOURO, 1997). De acordo com Garcia (2015), o feminismo em 1975 se espalhou pelo mundo demonstrando características, tempos e pautas próprias, transformando-se em um movimento múltiplo. Sendo assim, podemos chamar de feminismos, movimento plural e com agendas diversas (Dagmar MEYER, 2012).

Na atualidade, com a facilidade de conexão à internet via dispositivos móveis, os coletivos feministas utilizam as plataformas digitais e as dinâmicas desses espaços para visibilizar e espalhar ideias e pautas feministas, na busca por desconstruir as desigualdades de gêneros estabelecidas a partir da diferença. Ser homem ou ser mulher não é algo que pode ser considerado como dado ou natural, são processos que ocorrem no espaço cultural. O gênero é construído durante a vida, de forma contínua como discutirei mais adiante. (LOURO, 2008, p.18).

Pensando a partir do que foi colocado aqui, o feminismo pode ser entendido como um movimento social e teórico que se desdobra sobre as questões das mulheres, compreendendo como, historicamente, elas foram e ainda são oprimidas pelos seus marcadores sociais, como gênero, raça, classe, geração. (GARCIA, 2015). Os feminismos vêm se transformando ao longo dos anos, se adaptando e criando estratégias para manter seu fluxo e continuidade a cada demanda e a cada conquista. E assim como aconteceram em outros momentos as dinâmicas vão se atualizando e se ressignificando assim como a cultura que também está em permanente transformação. As mobilizações feministas atuais contam com as tecnologias da informação e da comunicação, e do acesso cada vez maior a internet para espalhar suas demandas, tentando cativar mais pessoas para esta luta. Os processos em rede, que veremos mais adiante, colaboram para que o fluxo contínuo do movimento se mantenha.

O próximo subcapítulo retorna ao século XIX para observar práticas comunicativas desenvolvidas por mulheres feministas até a chegada aos dias atuais, com o intuito de perceber similaridades, divergências e imbricações nos processos de produção adotados nos diferentes períodos.

2.2 DO SÉCULO XIX AOS DIAS ATUAIS: A PRODUÇÃO DO JORNALISMO FEMINISTA

As feministas compreenderam a necessidade e a importância de utilizar os espaços de comunicação para modificar sua condição de submissão. No Brasil, elas passaram de público segmentado a produtoras de informação e conteúdo já no século XIX, pondo em circulação suas ideias por meio de jornais e revistas. O objetivo deste subcapítulo é observar e entender o percurso das mulheres no jornalismo e a constituição do jornalismo feminista, com vistas a estabelecer correlações com o jornalismo feminista produzido atualmente. A partir das pesquisas de Dulcília Buitoni (1986), Elisabeth Cardoso (2004), Viviane Freitas (2017) Karina Woitowicz (2008, 2012), Ana Flora Schlindwein (2012) e outros textos, passo a contextualizar o jornalismo feminista brasileiro desde o século XIX.

Em seu livro “Imprensa feminina”, publicado em 1986, Dulcília Buitoni faz um panorama da imprensa feminina, desde seu surgimento na Europa e Estados Unidos até chegar ao Brasil, observando o percurso histórico e a evolução de jornais e revistas para mulheres até os anos 1980. De acordo com a autora, a imprensa feminina surgiu no mundo ocidental no século XVII, e se dirigia as mulheres já no título do jornal, como, por exemplo, o primeiro jornal feminino *Lady's Mercury*², prática que persiste até hoje. Apesar de os homens terem maior acesso aos jornais, não se fazia distinção de público até o surgimento da imprensa feminina. Não havia sequer a ideia de público como se estende hoje. (BUITONI, 1986).

Segundo Buitoni (1986), a imprensa feminina nasceu sob o signo da literatura, acompanhado em seguida pelo da moda e então, nos séculos XVIII e XIX os direitos das mulheres passaram a aparecer nela, assim como outras coisas, como trabalhos manuais, conselhos sobre saúde e economia doméstica ganhavam espaço.

²De acordo com Buitoni (1986) o jornal *Lady's Mercury* foi primeiro jornal dedicado às mulheres, surgiu em 1693 na Inglaterra.

No Brasil, a imprensa só passou a funcionar a partir do século XIX quando teve autorização de D. João VI que revogou os decretos que proibiam a instalação de gráficas na colônia, permitindo o surgimento de jornais e revistas. (Zahidé MUZART, 2003). Contudo, de acordo com Muzart (2003) essa autorização não significava que a imprensa era livre. Uma junta composta por três autoridades compunham a administração da Imprensa Régia e examinavam o que viria a ser publicado, evitando imprimir textos contra a religião, o governo e contra os bons costumes. Ou seja, criava a possibilidade de imprensa e também a censura.

A comunicação entre as cidades brasileiras era precária e dependia de navios ou de correio a cavalo. Só em 1827, entre o Rio de Janeiro e Santos, foi criado um serviço de navegação a vapor ligando, em 1839, todas as províncias marítimas, o que colaborou com a imprensa que surgia. (BUITONI, 1986).

O primeiro jornal feminino brasileiro foi lançado em 1827, no Rio de Janeiro, chamado “O Espelho Diamantino”. Tinha entre seus temas política, literatura, moda e belas artes. Outros com a mesma proposta de jornal para as mulheres foram surgindo, como o “Espelho das Brasileiras” (1831), “Jornal de Variedades” (1835), “Relator de Novellas” (1938) e “Espelhos das Bellas” (1841). Com nomes de flores, pedras preciosas, objetos e metáforas da figura feminina ou mencionando a mulher, outros títulos iam aparecendo no Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e outras cidades, como “A Camélia”, “A Violeta”, “O Lírio”, “A Borboleta”, “O Beija-flor”, “A Grinalda”, “O Leque”, “O Espelho”, “Jornal das Moças”, “Eco das Damas” entre outros. (BUITONI, 1986).

De acordo com Buitoni (1986, p. 40) “a imprensa feminina era um canal de expressão para as sufocadas vocações literárias das mulheres, principalmente no caso das produções menores, e um seguro campo de trabalho para homens que se iniciavam ou já possuíam fama na literatura, no caso de revistas e jornais melhores.” Ainda segundo a autora, as associações literárias femininas publicavam diversos jornais e revistas. A imprensa feminina oportunizou espaço às mulheres tanto na Europa, como nos EUA e no Brasil apesar de inicialmente ser produzida por homens.

A imprensa feminina trata de praticamente qualquer tema, da jardinagem a violência contra a mulher, tudo pode se tornar pauta. Entretanto, seu alicerce se pauta pela moda, casa e coração. De acordo com Buitoni (1986), em geral, a imprensa feminina é criticada por ser despolitizada, por fortalecer o pessoal em detrimento do social. A partir de Evelyne Sullerot (1963), Buitoni (1986) coloca que a imprensa feminina é antipolítica, evitando polêmica e abstendo-se de posicionamento.

Na imprensa feminina que surgiu no século XIX, os textos eram direcionados para as mulheres, mas escritos por homens. Com o passar do tempo, as temáticas mudaram para literatura, atividades domésticas. O jornalismo nesse período tinha função de serviço, didática ou entretenimento.

[...] quando a imprensa feminina surgiu, no século XIX, os textos eram escritos por homens e direcionados para as mulheres, a fim de haver a ampliação dos papéis femininos tradicionais, vinculados ao lar ou ao convento. Mesmo ao longo do tempo, o desenvolvimento das sociedades diversificou as temáticas para literatura e artes domésticas, salientando o caráter secundário do jornalismo que nasceu com a função de entretenimento, utilidade prática ou didática (BUITONI, 2009). Em contrapartida, a imprensa feminista refere-se a um jornalismo feito por mulheres, a respeito das mulheres e para mulheres, com o intuito de ser um espelho fiel delas, com suas contradições, desejos, conquistas, problemas, lutas, questionamentos. As temáticas abordadas transpassam áreas diversas como saúde, educação, trabalho, sexualidade e política governamental, sem cair em estereótipos e destacando o valor de cada mulher em sua singularidade (BORGES, 1982). (FREITAS, 2017, p. 73).

Os periódicos feministas brasileiros começaram a surgir em meados do século XIX, editados por mulheres que defendiam os direitos femininos.

O movimento feminista desde cedo reconheceu na mídia uma lógica impulsionadora da cultura do consumo e de imagens estereotipadas da mulher – ligadas ao ideal de beleza e aos papéis de esposa e mãe – que se cristalizam no imaginário social de diferentes épocas. Ao reconhecer o papel da mídia na produção de representações de gênero, os grupos de mulheres passam a lançar críticas ao tratamento de determinadas questões e à propagação de valores de uma ideologia hegemônica que reforça a desigualdade entre homens e mulheres. Amy Erdman Farrell, em seu estudo sobre a Ms. Magazine revela que as práticas de contestação às tradicionais revistas femininas publicadas nos Estados Unidos faziam parte das ações de militantes feministas. (WOITOWICZ, 2008, p. 6).

O “Sexo Feminino” foi lançado em 1873, em Minas Gerais, pela professora Francisca Senhorinha da Motta Diniz e teve dois anos de duração no estado. O jornal tinha uma tiragem de 800 exemplares e defendia a educação, instrução e emancipação da mulher. Quando se mudou para o Rio de Janeiro, Francisca Diniz reimprimiu as dez primeiras edições do jornal e conseguiu manter o “Sexo Feminino” por mais dois anos. Depois de um período sem ser editado, o jornal voltou a circular entre 1887 e 1896, passando a se chamar “15 de Novembro do Sexo Feminino”, em função da Proclamação da República, chegando a ter uma tiragem quinzenal de 2400 exemplares (BUITONI, 1986; PINTO, 2003).

Já em 1873, Francisca Diniz alertava em artigo para a ignorância em que as mulheres se encontravam em relação a seus direitos no casamento e o perigo a que estavam expostas diante de maridos que faziam do casamento uma forma de enriquecer. Segundo Francisca, as mulheres tinham de estar conscientes de seus direitos e não podiam se deixar enganar. Diante dessa situação, pregava uma educação real das mulheres, que as levaria à emancipação. (PINTO, 2003, p. 31).

Celi Pinto (2003) acreditava que o jornal talvez fosse o primeiro periódico feminista do Brasil, no entanto, como veremos mais adiante, não há um consenso sobre isso. Zahidé Muzart (2003) coloca que um dos motivos que impulsionaram a criação dos jornais de mulheres no século XIX foi a necessidade de obterem direitos. Primeiramente o direito a educação, por conseguinte o direito a profissão e mais para o final do século o direito ao voto.

O “Jornal das Senhoras” é considerado o primeiro jornal dirigido por uma mulher no Brasil, editado por Juana Paula Manso de Noronha, feminista que tinha a educação como meta. No primeiro número do jornal, publicado em janeiro de 1852, o editorial deixava evidente seus objetivos de propagar a ilustração e contribuir para emancipação da mulher. Os temas abordados pelo jornal eram moda, belas artes, literatura, teatro e crítica. O primeiro jornal redigido somente por mulheres. A partir desse periódico e das ideias de Juana, muitos outros jornais surgiram pelo país. (BUIIONI, 1986; MUZART, 2003). Segundo Muzart (2003), o “Jornal das Senhoras”, ao veicular as demandas das mulheres por educação e direitos, rompe com o a proposta da mídia impressa tradicional de dedicar as mulheres somente temas como bordados, moda e cosméticos.

Apesar de a criação do primeiro jornal de mulheres no Brasil ter se dado apenas em 1852, Muzart (2003) diz que é possível afirmar que antes da segunda metade o século XIX já havia participação de mulheres em alguns jornais. Nísia Floresta, por exemplo, publicava no jornal “Espelho das Brasileiras”, que tinha como público as mulheres, mas era dirigido por homens. Situação que se repetia em outros jornais como o “Espelho Diamantino” – RJ, 1827 e “A Fluminense Exaltada” – RJ, 1832. Elisa Casadei (2011), a partir de Duarte (2003) lembra que as escolas públicas femininas só foram autorizadas pela lei em 1827. Antes disso, só os conventos e professoras particulares eram as possibilidades de educação para as mulheres.

O jornal “Belona Irada Contra os Sectários de Momo”, mais conhecido como Belona, foi criado em 1833, pela escritora e jornalista gaúcha, Maria Josefa Barreto

Pereira Pinto. O jornal era político e polêmico, muito diferente do Jornal das Senhoras, existindo atualmente só a edição número 31.

Pode me ser argumentado que o jornal de Maria Josefa não fez escola, não teve a repercussão do de Juana Paula Manso. Isso é verdade. Mas temos de pensar que era um periódico fundado na província, com objetivos essencialmente políticos e que, nessa época, o que se passava nesse fim de mundo da Província de São Pedro realmente ali ficava confinado. À diferença do que era realizado na Corte! Creio que Maria Josefa pode ser considerada, pioneira que foi, como feminista e fundadora do primeiro jornal dirigido por uma mulher. E um jornal que provavelmente não trazia nem bordados, nem culinária, nem boas maneiras. Por isso, estava muito à frente de seu tempo! (MUZART, 2003, p. 230).

Muzart (2003) coloca que Santa Catarina, esteve bem atrás de outros estados, como Recife, Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro na criação de periódicos femininos e feministas. O que contrasta com a realidade atual, em que o Catarinas, portal de notícias especializado em gênero e direitos humanos – e objeto dessa pesquisa – está entre as primeiras iniciativas de jornalismo feminista independente e digital desta década.

Ao analisar jornais de mulheres, Muzart (2003) destaca a rede de sororidade criada, unindo mulheres de vários estados que trocavam publicações entre os periódicos, como é caso de Delminda Silveira, poetisa catarinense que publicou em São Paulo, Pelotas, no Ceará e em outros lugares; Ibrantina Cardona que publicou em Florianópolis, em São Paulo e no Rio de Janeiro, assim como Júlia Lopes de Almeida que publicou no país todo, assim como muitas outras mulheres.

Nesse período, segundo Buitoni (1986), os jornais feministas não eram tão diferentes da imprensa feminina, na tentativa de ganhar a simpatia do público abordavam também moda, literatura e entretenimento. As ideias mais desafiantes vieram da escritora Josephina Álvarez de Azevedo, defensora do divórcio e dos direitos da mulher. Lançou em São Paulo, em 1888, o jornal “A Família”, mais tarde transferido para o Rio de Janeiro, circulando entre 1889-1897. Compreendendo a educação da mulher como forma de liberação, Josephina publicou em seu jornal diversos artigos sobre o sufrágismo, exigindo a igualdade prometida pela República, recentemente estabelecida. (MUZART, 2003)

[...] Josephina foi uma das mais ferrenhas militantes do voto feminino nos primeiros anos da República, tendo escrito uma peça de teatro (O voto feminino) que, em tom de comédia, ridicularizava os homens que não

aceitavam o voto das mulheres; teve apenas uma apresentação pública. [...] Quando não conseguiu mais encenar a peça, transformou-a em um folhetim que publicava no rodapé de seu jornal. (PINTO, 2003, p. 32).

O “Jornal das Senhoras” (1852) supracitado, “O Domingo” (1874), “Jornal das Damas” (1874), “Myosotis” (1875), “Echo das Damas” (1879), “A Voz Feminina” (1900) foram importantes experiências do jornalismo feminista brasileiro que se desenvolveram no século XIX. (WOITOWICZ, 2008).

Nas três primeiras décadas do século XX, as feministas além de reivindicar pela educação, passaram a pleitear o direito ao voto. “Conseguindo o voto, em 1932, as reivindicações feministas passam por certo refluxo. A guerra concentrou as preocupações durante a década de 40. O movimento de mulheres, à falta de bandeiras, diminui e até adquire tonalidades conservadoras.” (BUITONI, 1986, p. 54). De acordo com Woitowicz (2008, p. 9),

a partir deste momento inaugural, que contou com a participação de personagens femininas que atuavam praticamente sozinhas por meio dos jornais na defesa dos direitos das mulheres, o movimento feminista passa a contar com suas próprias publicações (jornais, panfletos, cartazes, revistas, etc) como instrumentos para o fortalecimento de suas lutas.

Apesar de ter tido uma ou outra manifestação feminista entre o período dos anos 1930 a 1970 na grande mídia impressa, foram muito pontuais e efêmeras. Só então na década de 1970, em meio à ditadura, surge uma imprensa feminista mais reivindicatória. Nesse período a imprensa alternativa estava em efervescência, surgiram jornais feministas como o “Brasil Mulher” e o “Nós Mulheres”, ambos criados em 1976, em São Paulo, e circularam até 1978 (BUITONI, 1986) como veremos a diante.

No livro “Jornalistas e Revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa”, publicado em 1991 e reeditado em 2001, Kucinski, faz um panorama dos jornais alternativos³ que surgiram no período da ditadura, entre 1964 e 1980. De acordo com o autor, nessa época existiram cerca de 150 periódicos que criticavam o sistema econômico, denunciavam as torturas e as violações aos direitos humanos e cobravam

³“Quatro dos significados essenciais dessa imprensa: o de algo que não está ligado a políticas dominantes; o de uma opção entre duas coisas reciprocamente excludentes; o de única saída para uma situação difícil e, finalmente, o do desejo das gerações dos anos de 1960 e 1970, de protagonizar as transformações sociais que pregavam.” (KUCINSKI, 2001, p.5).

a restauração da democracia, em contraponto a grande imprensa. De acordo com o autor, metade desses jornais não completava um ano de existência, muitos ficaram nos primeiros dois ou três números. Cerca de 25 tiveram duração de até cinco anos, período relativamente longo, “[...] apesar da grande variedade de propostas editoriais, soluções estéticas e diversidade temática, regional e ideológica, nenhum deles sobreviveu com seus traços originais ao regime autoritário que combateram e sob o qual nasceram.” (KUCINSKI, 2001, p. 12).

De acordo com Rosalina Leite (2003) os jornais alternativos geralmente tinham tiragem irregular e circulação limitada. Comumente eram feitos de forma artesanal e vendidos principalmente por militantes em eventos ou sedes das organizações.

A imprensa alternativa surgiu da articulação de duas forças igualmente compulsivas: o desejo das esquerdas de protagonizar as transformações que propunham e a busca, por jornalistas e intelectuais, de espaços alternativos à grande imprensa e à universidade. É na dupla oposição ao sistema representado pelo regime militar e às limitações à produção intelectual jornalística sob o autoritarismo que se encontra o nexo dessa articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos. Compartilhavam, em grande parte, um mesmo imaginário social, ou seja, um mesmo conjunto de crenças, significações e desejos, alguns conscientes e até expressos na forma de uma ideologia, outros ocultos, na forma de um inconsciente coletivo. À medida que se modificava o imaginário social e com ele o tipo de articulação entre jornalistas, intelectuais e ativistas políticos, instituíam-se novas modalidades de jornais alternativos. (KUCINSKI, 2001, p. 6).

Havia dois tipos de jornais alternativos, os que tinham desde sua constituição uma ligação partidária e aqueles que surgiram com aspiração inteiramente jornalística. Entretanto, o autor coloca que alguns jornais acabaram dominados pela prática partidária, mesmo aqueles que não tinham ligação com partidos políticos. Viviane Freitas (2017, p. 73) a partir de Barbara Godard (2002), destaca a importância “dos periódicos feministas dentro do campo da imprensa alternativa, já que, dessa forma, seria possível perceber os processos engendrados de reprodução social e de criação de valor cultural.” Nesse sentido:

Os periódicos feministas têm existência fora do modelo dominante de publicação capitalista, às margens e em oposição, seja por meio de sua posição limite no que diz respeito ao mercado ou quanto a seu compromisso com a ideologia contestatória. Os periódicos são desenvolvidos para fomentar as ideologias feministas: eles criam novos circuitos para disseminar entre as mulheres saberes e práticas que buscam transformar a condição feminina sob a qual as mulheres têm sido sujeitadas à opressão sistêmica. Estes jornais não estão no negócio de produção de textos como commodities, a fim de maximizar o lucro para uma corporação. Significativas práticas que desafiam a ordem simbólica, os periódicos feministas estabelecem contra-

instituições que legitimariam modos alternativos de conhecimento e estruturas editoriais. Ponto-chave para esse desafio é sua existência como organizações sem fins lucrativos fora da ficção dominante do segmento de mercado como determinante de valor. Ao invés de se colocarem em uma ação direcionada e amigável, as feministas têm como projeto a crítica e a transformação. Elas, conscientemente, têm como objetivo produzir uma posição para um assunto específico de leitura, uma leitora feminista que se dedique à crítica da leitura dominante e, por extensão, da publicação e de outras práticas econômicas. (GODARD, 2002, p. 213 apud FREITAS, 2017, p. 73).

Na mesma linha, Karina Woitowicz (2008) coloca a imprensa alternativa feminista como um espaço de construção de identidades e de resistência, que consegue espaço na sociedade através de suas estratégias de enfrentamento, constituindo um fazer/agir do movimento. A ação política empreendida através de práticas comunicativas mostra a importância dos espaços contra-hegemônicos na produção de discursos dissonantes, abrindo espaços para transformações.

Depois de um período de refluxo, como citado anteriormente, o movimento feminista brasileiro ressurgiu nos anos 1970, em meio ao período mais radical da ditadura militar, contando com o apoio e participação das mulheres que tinham sido exiladas. (WOITOWICZ, 2008). De acordo com Celi Pinto (2003), em 1972, no Rio de Janeiro e em São Paulo surgiram os primeiros grupos feministas, onde mulheres se reuniam para refletir e conversar. Eram grupos de caráter privado, inspirados no feminismo emergente do hemisfério norte.

Ainda que os movimentos sociais tenham surgido ligados a partidos de esquerda, a relação dentro dessas entidades sempre foi marcada por tensão, especialmente falando do movimento feminista, por parte da esquerda considerar que a luta das mulheres era separatista e que não contribuía para uma sociedade mais justa para homens e mulheres. (FREITAS, 2017; PINTO, 2003).

Comento no primeiro subcapítulo como o feminismo era visto com hostilidade por parte de alguns setores da esquerda e até dentro dos movimentos sociais como uma luta separatista: “os grupos de reflexão, as lutas pelo controle e autonomia do corpo, sexualidade, as manifestações pela liberação da mulher, eram consideradas ‘idéias específicas’”, e, portanto divisionistas da luta geral que julgavam ser prioridade, como a redemocratização e a anistia (Joana PEDRO, 2006, p. 16).

A ruptura entre os partidos de esquerda e o movimento feminista contribuiu para a multiplicação de organizações feministas ligadas a universidades, ONGs ou Conselhos Estaduais e Municipais da Mulher que tinham como característica principal

trabalhar com temas específicos relacionados a gênero, como violência, saúde, educação, sexualidade, evidente na produção dos jornais feministas da época. (Elisabeth CARDOSO, 2004; Viviane FREITAS, 2017).

Para Sarti (2004, p. 39) o reconhecimento dos direitos das mulheres como uma questão social, pela ONU, possibilitou que o movimento social saísse da clandestinidade, permitindo que “grupos políticos de mulheres passassem a existir abertamente” como o “Brasil Mulher”, o “Nós Mulheres” e o “Movimento Feminino pela Anistia”. Os jornais da década de 1970 que tinham discursos baseados no feminismo eram lugares privilegiados para constituição de uma percepção política (Maria ARAÚJO, 2000). Foi nesse período que o debate sobre os direitos das mulheres obtiveram recinto. De acordo com a pesquisa documental realizada por Elisabeth Cardoso (2004), dos 150 jornais alternativos da década de 1970, 75 eram voltados para a agenda feminista com diferentes perspectivas, como das trabalhadoras, socialistas, lésbicas.

A autora depois de identificar e analisar os jornais criou duas categorias para a imprensa feminista: primeira e segunda geração. A primeira geração convivia com os jornais alternativos e se dedicava mais a questão da classe. A segunda geração é formada pelos periódicos editados a partir de 1981, voltados, em sua maioria, a questão de gênero.

[...] enquanto a primeira está marcada pelo debate entre “questão da mulher” versus “questão geral”, feminismo liberal versus feminismo marxista ortodoxo, por reivindicações de ações públicas que coloquem as mulheres em igualdade com homens, pela questão da autonomia partidária e pelo combate a ditadura, já a segunda geração da imprensa feminista incorpora o conceito de gênero, assume os temas relacionados direta e exclusivamente às mulheres (como sexualidade, planejamento familiar e violência contra a mulher); tende para a especialização por temas; luta pelo direito à diferença e opera em parceria com um novo ator social, a sociedade civil organizada, na forma de ONGs e associações voltadas para a questão de gênero. (CARDOSO, 2004, p. 38).

Para Cardoso (2004, p. 38) essa tentativa de categorizar a imprensa feminista visa enriquecer a leitura das publicações. A autora destaca que “a imprensa ligada a um movimento social está inserida num processo contínuo de mudanças graduais, por isso é possível encontrar algumas características da primeira geração em títulos cujo lançamento aconteceu na década de 90”, ou seja, é possível identificar características de uma geração em periódicos da outra. A autora assinala que a

divisão entre a primeira e a segunda geração de periódicos feministas se deu a partir de dois acontecimentos históricos. O II e III Congresso da Mulher Paulista que aconteceram em 1980 e 1981, em São Paulo, marcaram a ruptura entre o movimento feminista e os partidos de esquerda/questões de classe.

O II Congresso da Mulher Paulista foi cenário de disputa direta entre lideranças de esquerda e as feministas. O evento reuniu cerca de 4 mil mulheres no Tuca, teatro da PUC/ São Paulo. A movimentação gigantesca foi vista como momento ideal para os partidos de esquerda (ainda na clandestinidade) conquistarem força política e convencerem as mulheres de que o feminismo era separativista e não contribuía para os ideais de uma sociedade mais justa para todos (homens e mulheres). As feministas, por sua vez, chegavam a 1980 com cinco anos de ativismo no feminismo, já estavam ensaiando a adoção da categoria “gênero” e se distanciando da questão de classe, de modo a perceberem que o Congresso deveria ser apartidário e voltado para as questões específicas das mulheres. Prevendo o impasse, a comissão organizadora tomou todos os cuidados possíveis para garantir a legitimidade das propostas feministas e impedir que o Congresso fosse usado como palanque político. Mas os acontecimentos não saíram como o esperado. Lideranças do PC, do PC do B e do PMDB usaram até de agressão física para fazer valer seus pontos de vista. As feministas se uniram e redigiram um documento execrando as atitudes presenciadas por todas as presentes, e o Congresso entrou para a história do feminismo como um momento de cisão do movimento. Confirmando a tendência apontada pelo II Congresso da Mulher Paulista, no III Congresso da Mulher Paulista, em 1981, também no Tuca, PUC/SP, o “racha” se aprofundou. Maria Amélia Teles, em *Breve história do feminismo no Brasil* (1993), conta que já na reunião preparatória do evento o grupo de esquerda MR-8 defendeu a proibição da entrada de lésbicas no Congresso. O PC do B convocou um outro Congresso na mesma data (7 e 8 de março, de 1981) para tentar esvaziar o evento feminista e pressionar a dupla militância a se posicionar ao lado do partido. (CARDOSO, 2004, p.40).

Ao se afastar dos partidos políticos, o movimento feminista ganha novos contornos já em 1981. Surgem diversas organizações feministas associadas a universidades, ONGs e Conselhos estaduais e municipais da Mulher, cada grupo que surgia criava uma publicação para debater suas ideias. É neste ano que o “Mulherio” é criado, um dos jornais feministas com mais tempo de publicação dos jornais da época, 36 edições. Essas organizações ou jornais tinham foco na questão de gênero, e a partir disso, debatiam um tema específico como a violência contra a mulher, educação, sexualidade, entre outros. (CARDOSO, 2004).

Importante destacar que os jornais feministas da primeira geração existiram no período da ditadura militar, o que fez com que as feministas ficassem mais próximas dos partidos de esquerda que queriam que elas se unissem a luta por uma sociedade mais justa para todos e todas. Em função da ditadura, muitas mulheres foram para o

exílio e fora do país elas criaram grupos de mulheres entre eles o “Comitê de Mulheres Brasileiras no Exterior”, criado por Zuleika Alambert, no Chile, grupo de autoconsciência fundado por Branca Moreira Alves nos EUA, o “Círculo de Mulheres Brasileiras” em Paris, criado por um grupo de brasileiras e o “Grupo Latino-Americano de Mulheres” em Paris, criado por Danda Prado, na França. Os grupos se reuniam com o objetivo de conversar e refletir sobre questões das mulheres.

O “Grupo Latino-Americano de Mulheres em Paris” editou o jornal “Nosotras”. O grupo criado em 1971, chegou a reunir cerca de 200 mulheres, elas refletiam sobre a condição da mulher, se familiarizavam com textos feministas e a principal atividade era a publicação do jornal. A primeira edição foi publicada em 1974, mas antes disso o grupo já publicava pequenos boletins e folhetos. Os encontros do grupo eram quinzenais e também serviam para reunião de pauta. A ideia era publicar um número por mês. Elas conseguiram até a vigésima edição, em agosto de 1975. Depois o jornal se tornou bimestral e a partir do início de 1976 perdeu a regularidade até ser encerrado⁴. O “Nosotras” tinha uma tiragem de 100 a 200 exemplares, era artesanal, com textos datilografados e às vezes escritos a mão, tinha gravuras ilustradas pelas participantes. Eram enviados pelo correio para o Brasil e por meio de uma prima de Danda Prado era distribuído às assinantes. (CARDOSO, 2004).

Assim, diante da criação de grupos feministas no Brasil, surgem publicações entre o final dos anos 1970 e o início dos 80 que, com orientações editoriais distintas, inserem o debate sobre diversas questões feministas nos meios da política, da intelectualidade e em setores de base. (WOTOWICZ, 2008, p.9)

O jornal “Brasil Mulher” foi criado em 1975, em Londrina, no Paraná. Foi o primeiro dessa época a ser produzido por mulheres no país e publicado pela Sociedade Brasil Mulher. Entre os anos 1975 e 1980 foram publicadas 20 edições. (LEITE, 2003) Com publicação bimestral, em formato tablóide, em preto e branco, e ilustrado com fotos, como se vê na figura 1. Era um jornal de circulação nacional, chegou a ter tiragem de 10 mil exemplares, vendidas em bancas, livrarias e por meio de assinaturas. O foco da publicação era a luta pela emancipação das mulheres, debatendo e refletindo sobre questões ligadas a dominação das mulheres e sobre a

⁴Um dos motivos pelo qual o jornal/ grupo terminou foi o Front ter proibido suas associadas de participarem do “Nosotras”. O Front era uma organização que prestava ajuda aos exilados, apoiada pelo Partido Comunista Francês e que tinha representantes de partidos de esquerda do Brasil - (CARDOSO, 2004), mostrando o empenho das esquerdas em mobilizar as mulheres para a luta de todos em detrimento do feminismo.

superação do patriarcado, além de abordarem fatos do período pós-luta armada. A publicação encerrou suas atividades em março de 1980 por disputas políticas internas. (LEITE, 2003; CARDOSO, 2004)

Figura 1 – Jornal Brasil Mulher

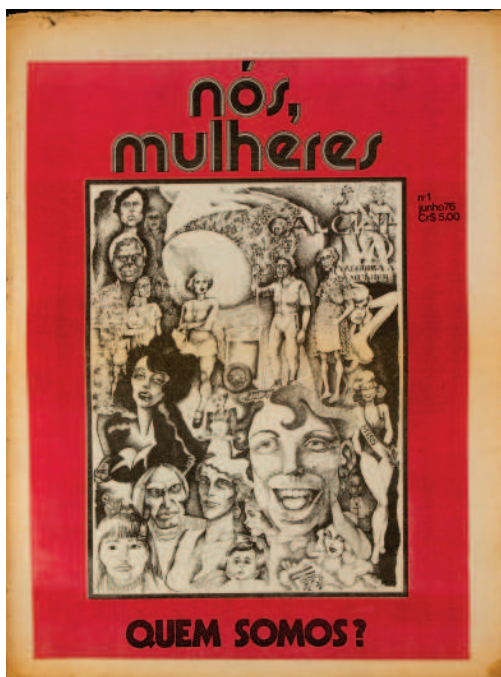


Fonte: Site Comissão da Verdade do Estado de São Paulo

Em junho de 1976 o jornal feminista “Nós Mulheres”⁵, de São Paulo, era criado. Formado por um grupo de mulheres exiladas que participaram de grupos de reflexão e debate sobre feminismo na França, que ao retornarem para o país queriam espalhar sua crítica em relação à opressão de mulheres associada à exploração de classe, ou seja, o foco do grupo era discutir sobre a dupla opressão gênero-classe, buscando que a justiça social se transformasse em cidadania para as mulheres. O grupo era formado por aproximadamente 20 participantes, a maioria jovem e de classe média. A primeira publicação, retratada na figura 2, tratava da dupla jornada de trabalho das mulheres. (FREITAS, 2017).

Figura 2 – Capa Jornal Nós Mulheres

⁵ Estão disponíveis as 8 edições do jornal em formato PDF no site da Fundação Carlos Chagas. Ver: <<https://www.fcc.org.br/conteudos especiais/nosmulheres/>> Acesso em Jan.2019.



Fonte: Site Fundação Carlos Chagas

O “Nós Mulheres” buscava estimular o debate entre homens e mulheres da classe trabalhadora, discutindo em suas publicações temas como custo de vida, anistia e redemocratização tanto quanto sobre creches, sobre a educação diferenciada de meninos e meninas, as relações desiguais no mercado de trabalho e divisão do trabalho doméstico. (FREITAS, 2017).

Mesmo com receios quanto à tão desgastada palavra “feminista”, elas assim se denominavam, sem se conhecerem direito tampouco sabiam o que o feminismo significava para o restante do grupo. E a luta dessas mulheres, refletida nas páginas do Nós Mulheres, era bem mais abrangente, como é próprio das ideias democráticas, quando se retoma o exercício do direito à crítica social. (FREITAS, 2017b, p. 3).

O trabalho realizado era coletivo e por isso não havia assinatura nos textos publicados, com exceção de cartas ou materiais recebidos pela redação. (FREITAS, 2017 b). Segundo Mariza Correa (2001), integrante do grupo, o jornal era produzido através de trabalho voluntário e coletivo, e a publicação só acontecia após uma discussão, onde todas opinavam.

O grupo reunido desde 1976, em torno do jornal Nós Mulheres, optou por uma organização de trabalho que comportasse uma democracia interna e mais ampla possível, partindo da igualdade de direitos e deveres de cada uma de suas participantes. A nossa preocupação era atingir uma flexibilidade dos papéis de responsabilidade que despertasse as potencialidades criativas de cada uma. [...] Esta forma de trabalhar fugia às regras de um jornal tradicional e permitia que todas acompanhassem o processo de realização de nosso trabalho, desde a feitura dos textos até a distribuição do jornal, o

que nos dava a sensação gratificante de que o produto de nosso trabalho nos pertencia. Esse tipo de organização criou muitas dificuldades. A produtividade era, em certo sentido, baixa e equivalia a um grande esforço. (GRUPO NÓS MULHERES, 1979, p. 11, apud FREITAS, 2017, p.87).

Para Leite (2003), o “Nós Mulheres” inovou na linguagem ao utilizar a primeira pessoa do plural, mais pessoal e afetiva, rompendo com o tratamento impessoal e assexuado da imprensa feminina tradicional. Em 1978, na última edição fica evidenciado o quanto a ideia de democracia estava associada ao feminismo que o grupo se identificava e discutia. (FREITAS, 2017b).

O perfil das feministas do “Brasil Mulher” e do “Nós Mulheres” era bem próximo, tendo em vista que muitas delas vinham da esquerda e tinham experiência na militância clandestina, de prisão, tortura e do exílio. No entanto, a opção de publicar dois jornais diferentes, ainda que os recursos fossem poucos, parte das diferenças internas que acompanhavam diversas organizações da esquerda, o que colaborou para o encerramento dos coletivos e dos jornais. (LEITE, 2003; FREITAS, 2017). No entanto, é importante dizer que em 1978 os dois jornais foram os principais meios de comunicação do movimento feminista na época, pautando assuntos que não eram veiculados pela mídia imprensa da época, devido à censura da ditadura militar. (FREITAS, 2017).

Em março de 1981, com apoio da Fundação e de órgãos do exterior, Pesquisadoras da Fundação Carlos Chagas interessadas nas problemáticas femininas publicaram a edição 0 do jornal “Mulherio”⁶. Considerado o herdeiro do “Brasil Mulher” e do “Nós Mulheres”, era redigido por Adélia Borges, Fúlvia Rosemberg e Marília de Andrade. Carmen Barroso, Carmen da Silva, Eva Blay, Hellieth Saffiotti, Maria Carneiro da Cunha, Maria Malta Campos, Maria Moraes, Rita Kehl e Ruth Cardoso compunham o Conselho Editorial.

Figura 3 – Primeira edição do Jornal Mulherio

⁶ As edições estão disponíveis em formato PDF no site da Fundação Carlos Chagas. Ver: <<https://www.fcc.org.br/conteudos especiais/mulherio/capas2.html>> Acesso em Jan.2019.

Viviane Freitas (2017) destaca que o jornal é dividido em três fases, entre março de 1981 a outubro de 1983, teve 16 edições de periodicidade bimestral, que não servia apenas de ponte entre organizações e pesquisadoras que se dedicassem ao estudo da condição feminina, como divulgava resultados de pesquisas feitas na época, além discussão dos problemas das mulheres brasileiras. A segunda fase se deu no período de maio de 1984 a maio de 1988, mantendo periodicidade bimestral. Nesse período foram publicadas 24 edições, se colocando como espaço de informação e reflexão sobre a mulher brasileira, destinado a homens e mulheres, fazendo o contraponto a imprensa tradicional. Com a desvinculação da Fundação Carlos Chagas em 1983 e o apoio da Fundação Ford não suprimindo os gastos com a publicação, o jornal passou a veicular anúncios que tinham, de certa forma, ligação com a proposta editorial. Passaram também, assim como o “Nós Mulheres”, a prestar assessoria para organizações de mulheres sobre os temas discutidos no jornal. Nesse momento, temas como cultura, arte cinema e literatura ocuparam mais espaço do que na primeira fase.

Na edição de junho/julho de 1988, o “Mulherio” passou a circular com o nome Nexo – Feminismo, Informação e Cultura, mudando também a agenda da publicação. Inês Castilho permaneceu na equipe, mas o jornal passou a ser editado por dois homens. Por ser um jornal com outro nome, outra proposta e editado por homens, entendo que não seja possível pensar como uma terceira fase do “Mulherio”, ainda que Freitas (2017) coloque dessa forma.

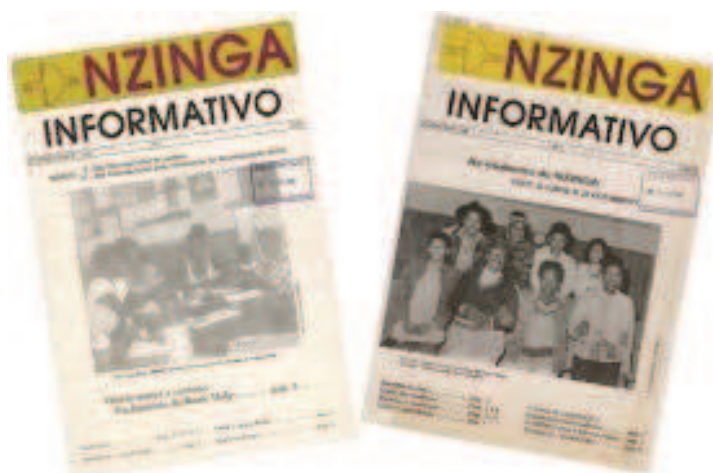
“Mulherio” publicou no decorrer de 42 edições, vários formatos de textos, como artigos, entrevistas, resenhas de livros, críticas de cinema e TV, matérias e charges. O jornal debateu importantes temas para a sociedade e para o movimento feminista, visibilizando a atuação dos grupos feministas da década 1980 para todo Brasil. O jornal circulou por 7 anos e teve 42 edições, como dito acima, mesmo com periodicidade irregular em alguns momentos, uma marca importante para a época, já que como vimos antes, metade dos jornais alternativos não passavam de um ano de existência. Foi também um “importante veículo de comunicação nos anos iniciais da redemocratização do Brasil.” (FREITAS, 2017b, p.4).

Através do “Mulherio” é possível acompanhar a discussão das pautas feministas, o fim do regime militar, candidatura de mulheres ao Legislativo, a formação e as deliberações da Assembléia Constituinte. Em suas páginas, o Mulherio também

acompanhou e discutiu sobre a campanha contra os assassinatos de mulheres entendidos como crimes de honra. (FREITAS, 2017).

Com a efervescência dos movimentos sociais, do movimento negro e de favelas, o Nzinga Coletivo de Mulheres Negras com apoio financeiro da Global Ministries, instituto estadunidense, criou um informativo, o “Nzinga – informativo”. Com 5 edições apenas, de periodicidade irregular, o jornal tinha a intenção de dar visibilidade aos debates de gênero e raça que vinham sendo discutidos no coletivo. As edições tinham, em média, de 6 a 8 páginas, e a valorização das mulheres negras e da população negra eram foco do jornal. Outro tema bastante frequente era a discriminação racial sofrida pelos negros na África do Sul, o *apartheid*. O jornal era composto por textos, que em sua maioria não eram assinados.

Figura 4 – Capas do Nzinga Informativo



Fonte: Medium do grupo Demodê da UnB

Dedicava-se a debater a dupla opressão do machismo e do racismo que atingia (e atinge) as mulheres negras. A questão da classe perpassava as discussões porque o coletivo se formou através da aproximação com mulheres representantes do movimento negro e o movimento de bairros e favelas. No entanto, elas perceberam que mesmo pertencentes a classes econômicas diferentes eram marginalizadas pelo racismo e pelo sexismo, por isso o foco maior na dupla opressão. O objetivo do jornal era modificar a realidade das mulheres negras. (FREITAS, 2017b).

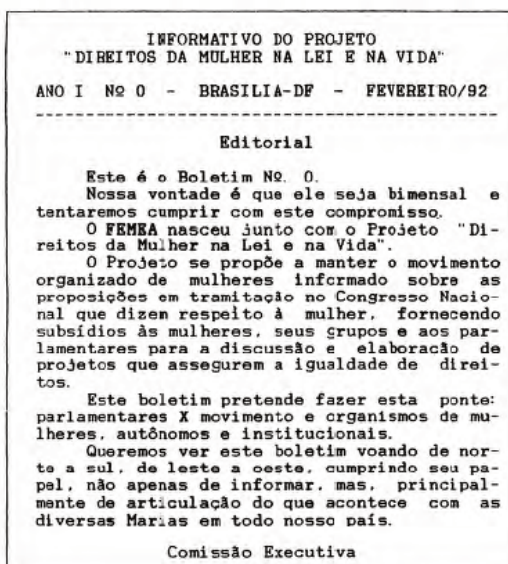
A tese de Freitas (2017) enriquece as discussões sobre imprensa feminista ao analisar o jornal “Nzinga Informativo”, produzido pelo coletivo homônimo, dando visibilidade a contribuição das mulheres negras no jornalismo feminista. A autora salienta que diferente dos jornais “Brasil Mulher”, “Nós Mulheres” e “Mulherio”, há

poucas pesquisas acadêmicas que tratam desse momento importante do feminismo negro no país.

Um dos jornais feministas com vida mais longa surgiu em fevereiro de 1992, em Brasília, no Distrito Federal. O “Fêmea”⁷ foi criado pela ONG Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFMEA), tinha como pautas principais, inicialmente, direitos sexuais e reprodutivos, aborto e esterilização. Com o decorrer do tempo ampliaram os debates, colaborando para eliminar as discriminações contra as mulheres por meio da cobertura legislativa.

Figura 5 – Primeira edição do Jornal Fêmea

♀ **Fêmea**



Fonte: Site do Centro Feminista de Estudos e Assessoria

O “Fêmea” servia como um canal de comunicação entre o movimento feminista e os atores políticos. Em formato tablóide, o jornal tratava dos direitos das mulheres no âmbito do Congresso Nacional, rico em informações e análises comprometidas com as causas feministas. (WOITOWICZ, 2012). Cobria o tema mulher no Congresso Nacional, isto é, tratava da questão de gênero no âmbito do legislativo. Inicialmente tinha tiragem bimestral de 100 exemplares, produzidas e impressas através de

⁷ As edições do jornal estão disponíveis no site da CFEMEA. Ver: <http://www.cfemea.org.br/index.php/colecao-femea-e-publicacoes/colecao-femea/4595-colecao-femea>> Acesso em Jan.2019.

computadores e impressoras do grupo. Com o passar do tempo, o jornal adquire força política institucional e financeira, chegando a ter uma tiragem de 13 mil exemplares, em 2001. O “Fêmea” era distribuído gratuitamente ao movimento de mulheres e feministas, vereadoras, deputadas estaduais, prefeitas e governadoras. O jornal era subsidiado por entidades estrangeiras, como a Fundação Ford, e pelo governo. (CARDOSO, 2004).

De acordo com Freitas (2017 b) o jornal buscava através do princípio da horizontalidade lutar pela superação das desigualdades e discriminações de gênero, raça, classe, olhando para as mulheres em sua pluralidade. O jornal se esforçava para tratar das diferenças experienciadas pelas mulheres brasileiras, acentuando a necessidade da interseccionalidade para debater sobre as opressões sofridas pelas mulheres.

Ao longo de 23 anos, o “Fêmea” acompanhou as mudanças na sociedade, mudanças nas leis vigentes, sofrendo alterações na linha editorial e na parte gráfica. O jornal publicou 178 edições e tinha um público bem diversificado, como mulheres de diferentes grupos, núcleos de universidades, ONGs, secretarias de mulheres de partidos e sindicatos, além das mulheres que ocupavam algum cargo eletivo. Uma diferença do “Fêmea” em relação ao “Nós Mulheres”, “Mulherio” e “Nzinga Informativo” é de que haviam textos assinados por deputadas, senadoras e também deputados e senadores propensos a causa feminista, não limitando o discurso aos grupos e organizações feministas.

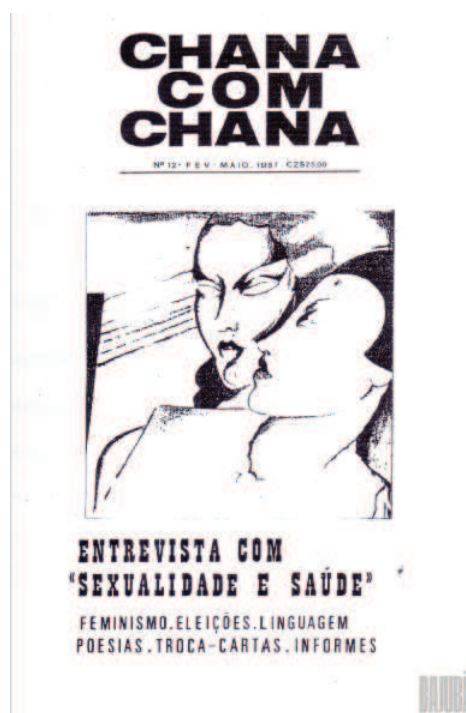
O “Fêmea” encerrou as atividades em dezembro de 2014 e o CFMEA mudou o foco da sua atuação.

Nas palavras de Iáris Côrtes, uma das fundadoras do Centro, até então, elas haviam preparado o contexto político para as mulheres; dali em diante, é necessário preparar as mulheres (Cabral et. al. Fêmea, n. 178[177], dez. 2014, p. 3). A partir daquele momento, as ações do grupo, em uma parceria importante para a mediação entre os movimentos com a Articulação de Mulheres Brasileiras (AMB), se concentram na formação de novos atores sociais para que possam atuar de maneira combativa, com informações políticas qualificadas, perante a onda de retrocessos que se anuncia. (FREITAS, 2017 b. p. 11).

O periódico “ChanacomChana” trabalhava com tema específico do universo das mulheres, a lesbianidade. Cardoso (2004, p. 46) destaca a importância do jornal ao dizer que ele pode ser “classificado como um ícone da reivindicação das especificidades do movimento feminista, fazendo contraposição ao discurso da busca

da igualdade entre homens e mulheres.” Publicado em 1981 pelo Movimento Lésbico-Feminista, dissidentes do Grupo Somos, primeiro grupo homossexual organizado politicamente no país. Por razões internas o grupo troca de nome e passa a chamar Grupo Lésbico-Feminista (GLF) e mais tarde de Grupo de Ação Lésbico-Feminista (Galf). Formado por estudantes dos cursos de Ciências humanas, o “ChanacomChana” tinha um estilo fanzine, feito com recortes e colagens, tendo de 11 a 36 páginas, dependendo da edição e dos temas que seriam publicados. Os temas da publicação versavam sobre sexualidade, eventos lésbico-feministas e legislação sobre os direitos das mulheres lésbicas. O jornal não tinha periodicidade regular, trimestral ou quadrimestral, circulou durante toda a década de 1980, encerrando as atividades em 1989. O jornal era mantido através de assinaturas, anúncios e doações. A publicação era a principal atividade do grupo e marcava a aproximação entre lésbicas e feministas. (CARDOSO, 2004).

Figura 6 – Jornal ChanacomChana



Fonte: Acervo Bajuba

O boletim “Fazendo Gênero”, criado e editado pelo grupo goiano Transas do Corpo foi lançado em 1997. Cada edição buscava abordar temas dentro da luta feminista. Com periodicidade quadrimestral, o jornal tinha formato tablóide ilustrado com fotos em preto e branco, tendo sua publicação encerrada em 2008.

(WOITOWICZ, 2012) O jornal editou 29 informativos, disponíveis em formato PDF no site do grupo.⁸ De acordo com Karina Woitowicz (2012) a maioria dos textos tem estrutura informativa e a partir da perspectiva de gênero, o jornal abordava temas como a sexualidade e direito ao corpo. A autora destaca também que há textos sobre comunicação e eventos feministas.

Figura 7 – Jornal Fazendo Gênero



Fonte: Site Transas do Corpo

O “Jornal da Rede Feminista de Saúde” foi criado em 1999, pela Rede Feminista de Saúde, publicado em formato de revista com 36 páginas. Tinha periodicidade irregular, publicando três edições de 1999 a 2002, e de 2004 a 2006 uma publicação por ano. Trabalhava com artigos opinativos, análises e informações. Os temas discutidos rondavam a saúde da mulher, com destaque para a mortalidade materna, abordando também violência, direitos sexuais e reprodutivos, racismo e políticas da saúde. (WOITOWICZ, 2012)

De acordo com Cardoso (2004), dos 75 periódicos feministas identificados, entre boletins, jornais e revistas, 7 são da região Sul, 8 da região Centro-Oeste, 12 do Nordeste e 46 da região Sudeste. A autora não encontrou registro de periódicos da região Norte. Dos periódicos identificados, São Paulo, Minas Gerais, Paraná e Pernambuco tiveram publicações fora das capitais.

⁸ Disponível em: <<http://transasdocorpo.org.br/index.php/informativos/>> Acesso em jan.2019.

O período que acomoda os primeiros jornais feministas entre 1974 e 1980, haviam 9 jornais no total. Entre 1981 e 1989 tem registro de 44 jornais feministas no total e entre 1990 e 1999 há uma queda no número de publicações, contendo 21. Há uma publicação sem data declarada. (CARDOSO, 2004) Esses dados trazidos pela autora demonstram que a imprensa feminista acompanhou o percurso do movimento feminista brasileiro.

É significativo o esforço das mulheres em refletir sobre sua condição. Através dos meios de comunicação disponíveis em suas épocas, criaram publicações para disseminar suas ideias e pensamentos, fazendo da comunicação uma ferramenta de ação política. Apesar dos conflitos internos e políticos, os jornais da primeira geração foram semente para os da segunda geração, assuntos que foram abordados de forma mais tímida como gênero, sexualidade e raça, por exemplo, tiveram mais espaço nos periódicos da segunda geração. Importante dizer que esses jornais registraram em suas edições parte da história do movimento feminista e que os avanços, ainda que pequenos, foram conquistados com o esforço dessas mulheres também. Rosalina Leite (2003, p.240) salienta que “a imprensa feminista representou um espaço de experimentação de uma forma muito especial de fazer política, refletindo sobre as descobertas das mulheres sobre si mesmas e sobre as ideias feministas que floresceram na década de 1970”.

Leila Barsted (1983, p.16, apud Woitowicz, 2008) entende que os “os veículos de comunicação se apresentam inseridos numa estratégia de educação do movimento feminista, de recriação da identidade social da mulher e de resgate de nossa história.” De forma pedagógica, como Rosa Ficher (2002) coloca, a imprensa feminista ampliou os debates que ficavam restritos aos grupos de reflexão, permitiu que as mulheres se vissem como sujeitas políticas e cidadãs capazes de mudar ou de desestruturar até certo ponto, a lógica social que imperava - e impera até hoje.

Nos diversos formatos, os grupos que compõem o movimento feminista contemporâneo, trabalham de forma contra-hegemônica na disputa pelas narrativas, propiciando debates e manifestando as reivindicações das mulheres. (WOITOWICZ, 2012). Citando Maria Paula Araújo (2000), Leite (2003, p.2) coloca que os jornais feministas inovação não só pela linguagem, pelas reivindicações, mas pela maneira de disseminar uma nova visão política e de mundo. Uma das maiores dificuldades dos jornais feministas era a sobrevivência. Sem patrocínio ou apoio de alguma instituição,

era difícil conseguir manter a circulação. Alguns até tentaram anúncios, o que não evitou o fim dos jornais. (BUITONI, 1986).

O termo alternativo, em geral refere-se às publicações que surgiram durante o período da ditadura. No entanto, como coloca Woitowicz (2012, p. 6), a noção de mídia alternativa atualmente não se trata apenas de oposição política, e sim de manifestações de ideias e lutas através da comunicação. O que permanece é “o significado que tais produções assumem na defesa da liberdade de expressão das minorias sociais e do direito de comunicar como parte das lutas pela cidadania (PERUZZO, 2004)”. Nesse sentido Grimberg (1987, p.18 apud WOITOWICZ, 2012, p. 6) coloca que meio alternativo “implica uma opção frente ao discurso dominante”. Ou seja, o importante é o discurso dissonante.

Karina Woitowicz (2012) observava que o movimento feminista vivia um momento de transição em 2012, agregando às suas lutas a visibilidade na mídia, se apropriando de formatos e suportes diversos no ambiente digital. Entendo, a partir de observações empíricas que descrevo mais adiante, que as mobilizações da primavera feminista consolidaram o movimento feminista contemporâneo da forma como ele é atualmente, um híbrido de redes e ruas.

Atualmente, através da pesquisa exploratória e do mapeamento realizado, detalhado no capítulo sobre a metodologia, consegui identificar algumas iniciativas de jornalismo feminista, entre elas: Nós Mulheres de Periferia, Revista AZmina, Catarinas, Lado M, Cientista que virou mãe, Think Olga, Revista Capitolina, Mãe de peito, Blogueiras Negras, Revista Geni, Géledes – Instituto da Mulher Negra, Imprensa Feminista, Nó de oito, Coletivo de Jornalistas Feministas Nísia Floresta.

Para Woitowicz (2012) o jornalismo também é uma forma de ativismo que inclui as lutas pela cidadania feminina. Nesse sentido, a autora salienta a necessidade de problematizar a produção dos veículos contra-hegemônicos feministas, indicando limites e potencialidades para o debate feminista. É esse o intuito desse trabalho. Compreender e analisar a produção do portal Catarinas, veículo de notícias de Santa Catarina que trabalha com a perspectiva feminista. Compreender a história e a trajetória tanto do movimento feminista quanto dos jornais feministas possibilita pensar, a partir do contexto atual, as potencialidades, similaridades e possíveis atualizações do movimento e do jornalismo feminista nos dias de hoje.

2.3 GÊNERO E JORNALISMO

Para pensar e compreender o conceito de gênero é preciso, como sugere Guacira Louro (1997), observar e entender tudo que foi construído histórica e socialmente sobre isso. O conceito de gênero surge no decorrer da segunda onda do feminismo, período em que as feministas se voltam para as construções teóricas tentando compreender a “subordinação social e a invisibilidade política a que as mulheres tinham sido historicamente submetidas” (Dagmar MEYER, 2012, p.12). Algumas feministas passaram a perceber que aquilo que é designado como feminino ou masculino, em certa cultura e em momento histórico, permite compreender de onde surgem as desigualdades de gênero. (LOURO, 1997).

É durante esse período que um grupo de estudiosas estadunidenses passa a utilizar o termo *gender*, gênero em português, buscando evidenciar o “caráter social das distinções baseadas em sexo” refutando o determinismo biológico e destacando a construção social e histórica criada sobre características biológicas. (Joan SCOTT, 1995, p.72; LOURO, 1997; MEYER, 2012). Louro (1997, p.21) pontua que a ideia de focalizar o caráter social não nega que gênero é construído sobre corpos sexuais, mas evidencia “a construção social e histórica produzida sobre características biológicas.”

De acordo com Adriana Piscitelli (2009) o conceito de gênero se espalhou a partir do texto "O tráfico de mulheres: notas sobre a economia política do sexo", de Gayle Rubin, publicado em 1975, onde a autora elaborou o sistema sexo/gênero. No Brasil, o termo gênero surge de forma tímida nos anos 1980, mais tarde as feministas vão utilizar o termo mais amplamente.

Para Dagmar Meyer (2012), o conceito de gênero busca rejeitar a ideia de que o gênero estava relacionado com o sexo anatômico ou biológico e argumentar que as desigualdades entre homens e mulheres eram construídas social e culturalmente. A autora compreende gênero como algo constituído ao longo da vida, a partir de diversas instituições e práticas, em um processo não linear tampouco harmônico ou completo. Nessa mesma perspectiva, compreendendo gênero como algo que não é dado, mas construído, Guacira Louro (1997; 2000) diz que é preciso pensar de forma plural, observando as diversas representações de homens e mulheres, tendo em mente que as noções de gênero diferem entre as sociedades e seus momentos históricos. A autora entende o gênero a partir dos estudos feministas e dos estudos

culturais, como uma parte constituinte da identidade do sujeito, sendo essa identidade plural, passível de transformações, instável e até contraditória, fabricada a partir da reiteração de práticas e discursos da igreja, da mídia, da escola.

Ao longo da história, as diferentes comunidades (e no interior delas, os diferentes grupos sociais) construíram modos também diversos de conceber e lidar com o tempo e o espaço: valorizaram de diferentes formas o tempo do trabalho e o tempo do ócio; o espaço da casa ou o da rua; delimitaram os lugares permitidos e os proibidos (e determinaram os sujeitos que podiam ou não transitar por eles); decidiram qual o tempo que importava (o da vida ou o depois dela); apontaram as formas adequadas para cada pessoa ocupar (ou gastar) o tempo... Através de muitas instituições e práticas, essas concepções foram e são aprendidas e interiorizadas; tornam-se quase "naturais" (ainda que sejam "fatos culturais"). (LOURO, 1997, p. 59).

Assim, ser homem ou ser mulher não pode ser compreendido como algo dado ou natural, são processos que acontecem no espaço cultural. A construção de gênero ocorre durante a vida, de forma contínua, destacando que “a inscrição dos gêneros — feminino ou masculino — nos corpos é feita, sempre, no contexto de uma determinada cultura e, portanto, com as marcas dessa cultura.” (LOURO, 2000, p. 6; LOURO, 2008).

Antes mesmo do nascimento de um bebê, através do sexo biológico, já se pré-estabelece se o corpo será doutrinado como masculino ou feminino. (BUTLER, 2008). A sociedade instituiu aquilo que é feminino e aquilo que é masculino, estabelecendo comportamentos e normas, e essas normas são reiteradas através de discursos da mídia, da igreja, da escola, das instituições legais. Essas noções de gênero ocorrem por meio de diversas práticas, de forma explícita ou dissimulada nos diversos ambientes socioculturais. (LOURO, 2008).

Tais formas locais podem ser compreendidas como “convenções de gênero”, ou seja, o conjunto de valores e ideais relativos ao imaginário sexual disponíveis na cultura e compartilhados, a partir dos quais os seres sociais pautam as suas ações e concepções de mundo, reproduzem e recriam estas mesmas convenções e as suas práticas. No mundo ocidental, tais convenções são informadas pela matriz falocêntrica, a centralidade do masculino como parâmetro positivo do qual se origina a assimetria de gênero, e pela “matriz heterossexual compulsória. (Bonetti, 2011, p. 2).

Guacira Louro (1997, p. 21), destaca que não são apenas características sexuais, “mas a maneira como essas características são representadas e valorizadas”, que vão estabelecer o que é feminino e masculino em certa sociedade e

período histórico. Como dito anteriormente, para compreender gênero e que lugar as relações sociais ocupam na sociedade é preciso observar tudo que foi construído socialmente sobre os sexos. Concepções de gênero são diferentes não apenas em sociedades e períodos históricos diversos, mas também no interior de uma mesma sociedade, observando os diversos grupos sociais que fazem parte dela. (LOURO, 1997).

Nesse sentido, Joan Scott (1995, p.86) observa que gênero era compreendido a partir de um olhar dicotômico e polarizado, entendendo o homem e a mulher como pólos opostos que se relacionam a partir da lógica dominação-submissão, sendo necessário romper com esse pensamento, porque gênero “é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos” e possibilita um modo de decifrar o significado e compreender as várias formas de interação humana e práticas sociais. A autora entende gênero como categoria analítica que estrutura a vida social, sendo gênero uma identidade subjetiva. Louro (1997, p. 34), citando o texto de Scott (1995) coloca que

A concepção dos gêneros como se produzindo dentro de uma lógica dicotômica implica um pólo que se contrapõe a outro (portanto uma idéia singular de masculinidade e de feminilidade), e isso supõe ignorar ou negar todos os sujeitos sociais que não se "enquadram" em uma dessas formas.

Joan Scott (1995, p. 93) propõe como necessidade romper o caráter binário da oposição entre homem e mulher, por compreender que são categorias vazias e transbordantes. “Vazias, porque não têm nenhum significado último, transcendente. Transbordantes, porque mesmo quanto parecem estar fixadas, ainda contêm dentro delas definições alternativas, negadas ou suprimidas.” Para desconstruir essa oposição e binariedade dos gêneros – masculino e feminino - é preciso refletir sobre a oposição entre eles e sobre cada um de modo singular, observando necessariamente que o feminino integra também o masculino e vice-versa, observando também que os pólos em seu interior são fragmentados, não existindo uma forma única de ser homem ou mulher. (LOURO, 1997). Desconstruir essa noção parte da necessidade de compreensão dos processos em que essa dualidade foi construída. E esse processo cria possibilidade de entender e incluir os diversos modos de viver a masculinidade e a feminilidade que se constroem socialmente, sendo algumas delas considerados desviantes, estranhas, foras da norma (LOURO,

2015). Ao delimitar o que é normal é o que é anormal produz-se a invisibilidade dos sujeitos, dessa forma, homens e mulheres que se afastam da masculinidade ou feminilidade predominantes são vistos como “outros” são marginalizados. (LOURO, 1997, 2012).

Os gêneros são constituídos nas e pelas relações de poder, através de comportamentos considerados adequados.

o gênero é um campo primário no interior do qual, ou por meio do qual, o poder é articulado. O gênero não é o único campo, mas ele parece ter sido uma forma persistente e recorrente de possibilitar a significação do poder no ocidente, nas tradições judaico-cristãs e islâmicas. (SCOTT, 1995, p. 88)

A partir de Foucault (1987), poder é compreendido como uma estratégia, um exercício que pode ser observado em várias direções, “como se fosse uma rede que, “capilarmente”, se constitui por toda a sociedade.” O exercício do poder se dá entre sujeitos onde há capacidade de resistência. (LOURO, 1997, p. 29). É no núcleo dessas redes de poder, que através “das trocas e jogos que constituem seu exercício, são instituídas e nomeadas as diferenças e desigualdades”. (LOURO, 1997, p. 41). A desigualdade e a diferença entre os gêneros buscam legitimar os lugares sociais e os destinos de cada gênero. As sociedades criam normas e delimitam as fronteiras entre aqueles que refletem a norma e aqueles que estão fora dela, marcando assim, a diferença. Reconhecer alguém como o “outro”, se dá, a partir do lugar social que é ocupado e isso se dá também pelas relações de poder. (LOURO, 2000).

De acordo com Louro (1997, p. 49), aqueles que não compartilham dos traços que em nossa sociedade são valorizados e predominantes como ser homem, branco, heterossexual, cristão, são colocados à margem e marcado pela diferença: “e a atribuição da diferença é sempre historicamente contingente — ela é dependente de uma situação e de um momento particulares”. A partir de Ortner (1996), Bonetti (2009) entende gênero como um sistema de prestígio marcado pelo contexto, agência e práticas de poder. Nesse sentido, aqueles que se afastam das concepções hegemônicas de gênero, sexualidade, raça, geração, constituídas como as certas para homens e mulheres, passam a ser marcados como diferentes e assim, sujeitos a discriminação ou subordinação. (LOURO, 1997).

Judith Butler (1999, p. 153 apud LOURO, 2012) afirma que “a diferença sexual [...] não é, nunca, simplesmente, uma função de diferenças materiais que não sejam, de alguma forma, simultaneamente marcadas e formadas por práticas discursivas”.

Essas diferenciações de gênero e sexualidade são marcadas e significadas discursivamente nos corpos e nas vidas dos indivíduos. Nesse sentido, através de diferentes discursos sistematicamente repetidos da igreja, da ciência, da mídia e atualmente dos discursos dos movimentos sociais e dos diversos dispositivos tecnológicos se aprende a viver gênero e sexualidade. (LOURO, 2008). De acordo com Louro (2000), esses discursos e representações são construídos pelos grupos que ocupam as posições centrais em relação a gênero, sexualidade, raça, classe, religião.

O conceito de gênero busca distanciamento de análises que se fixam sobre papéis de homens ou mulheres, na tentativa de construir uma abordagem mais ampla que leva em conta que as instituições sociais, as leis e as políticas de uma sociedade são compostas e permeadas por representações e suposições de feminino e masculino, enquanto que estão “implicadas com a sua produção, manutenção ou resignificação.” (MEYER, 2012, p. 18). Nessa linha, Bonetti (2011, p. 3) busca complexificar a análise sócio-histórica, articulando outros marcadores sociais para pensar como se estruturam as desigualdades. Louro (1997) completa, a partir de AvtarBrah (1992), que marcadores sociais como gênero, raça, classe, sexualidade não podem ser analisados de forma independente porque as opressões estão interligadas. Nesse sentido, Kimberle Crenshaw (2004) propôs o conceito de interseccionalidade que implica necessariamente em observar esses marcadores de forma conjunta.

Em geral, no Ocidente, os sujeitos são compreendidos ao nascer como homens e mulheres e com isso tem seus gêneros guiados por atributos compreendidos como masculinos ou femininos e seus desejos afetivos e sexuais são essencialmente heterossexuais. Veiga da Silva (2010) coloca que essa noção tem sido compreendida como heteronormatividade que tem como base a heterossexualidade compulsória.

Esses atributos, tomados como o parâmetro do “normal” para a constituição das normas que regem o social, segundo alguns teóricos, acabam por constituir uma hierarquia social excludente que pode ser compreendida por meio da imagem de uma pirâmide de distribuição de poder, cujo topo é constituído pelo masculino hegemônico mencionado e a base, por atributos que remetem ao que se coloca no pólo oposto (como mulheres, gays, lésbicas, negros, pobres, etc.) (RUBIN, 1993). “Afastar-se desse padrão significa buscar o desvio, sair do centro, tornar-se excêntrico” (LOURO, 2003, p. 44). (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 53).

Alinne Bonetti (2011) propõe pensar gênero como uma categoria teórica-epistemológica, compreendendo-o como “princípio fundante e constitutivo do social, impregnado pelo conceito de poder.” A autora entende gênero como uma forma de compreender e produzir conhecimento sobre o mundo que dá sentido a organização da vida, não se limitando a corpo biológico-sexo-gênero.

Marcadas por distinções biológicas, as diferenças entre os gêneros foram e ainda são usadas para justificar a desigualdade entre homens e mulheres. E nesse sentido, a diferença está interligada a relações de poder, pois a diferença é marcada a partir de um centro referente. (LOURO, 1997) Gênero é produto e efeito das relações de poder, ele incorpora todas as formas de construção social, cultural e linguísticas nos processos que diferenciam aquilo que é designado como masculino e feminino. (SCOTT, 1995; LOURO, 1997; MEYER, 2012). Gênero constitui a percepção e a organização da vida social, de forma simbólica e concreta.

O processo de "fabricação" dos sujeitos é continuado e geralmente muito sutil, quase imperceptível. Antes de tentar percebê-lo pela leitura das leis ou dos decretos que instalam e regulam as instituições ou percebê-lo nos solenes discursos das autoridades (embora todas essas instâncias também façam sentido), nosso olhar deve se voltar especialmente para as práticas cotidianas em que se envolvem todos os sujeitos. São, pois, as práticas rotineiras e comuns, os gestos e as palavras banalizados que precisam se tornar alvos de atenção renovada, de questionamento e, em especial, de *desconfiança*. A tarefa mais urgente talvez seja exatamente essa: desconfiar do que é tomado como "natural". (LOURO, 1997, p. 63)

Adriana Piscitelli (2009), em recuperação histórica do conceito de gênero, sinaliza que o termo gênero se disseminou relacionado às diferenças e desigualdades que afetavam as mulheres. A partir de reflexões e reformulações a autora coloca que gênero demanda reflexões não apenas sobre as diferenças entre mulheres e homens ou entre masculino e feminino, mas em compreender como construções de feminilidades e masculinidades se articulam a outras diferenças como raça, classe, geração, transcendendo a noção de corpo ou de homem e mulher, levando em consideração pessoas intersexos, travestis e transexuais.

A partir do que foi colocado aqui, compreendo gênero como uma construção histórica, social, cultural e linguística que se dá por meio de discursos e práticas reiteradas do que é concebido como masculino e feminino, para além de corpos, que se articula a outros marcadores sociais. Gênero é uma categoria analítica e epistemológica que estrutura o sistema social. Dito isso, a partir das autoras e textos

abordados, compartilho da ideia de que as instituições como a escola, a política, a justiça, a igreja e a mídia são atravessadas por gênero, classe, raça e geração. Assim, passo discutir e relacionar gênero e jornalismo.

O jornalismo é um conhecimento social que envolve um olhar sobre a sociedade, sobre a história e sobre a humanidade, e por isso há como existir um jornalismo neutro e objetivo levando em consideração que a humanidade e a história estão em processos de desenvolvimento, porque toda forma de conhecimento implica em uma interpretação do sujeito. (MEDITSCH, 1992; VEIGA DA SILVA, 2010).

A mídia produz e circula valores, concepções e representações relativas a um conhecimento do cotidiano sobre os vários modos de ser, estar e ver o mundo, enxergar as pessoas e dar sentido às coisas. Assim, explica Rosa Fischer (2002), a mídia exerce um papel formativo e educativo junto à escola, a família e a religião.

No plano simbólico se pode perceber a imbricação dos meios de comunicação na cultura, na formação de sujeitos e nas relações de poder – em todos os níveis. Afinal, as próprias questões econômicas, ideológicas, o consumo e o poder dependem fundamentalmente da geração de significados para se legitimarem socialmente. E no complexo fenômeno de interação entre os valores sociais e culturais, as instâncias de poder e a sociedade em geral, a mídia está no centro, participando ativamente e se retroalimentando do que é produzido nestas esferas e (re)produzindo uma instância igualmente de poder. (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 28).

Segundo Veiga da Silva (2010) o jornalismo é um dos principais organizadores da produção dos saberes cotidianos, que conduz e é conduzido pela cultura. A partir da necessidade de “explicar” o mundo com base na verdade, o jornalismo usa recursos humanos e técnicos que permitem ilustrar esses saberes e gerar significados, construindo uma realidade. O jornalista é parte fundamental nesse processo, pois é ele/ela quem vai dar sentido ao acontecimento transformando-o em notícia.

O jornalista é parte da sociedade em que está inserido, partilhando com esta visões de mundo que o ajudam a estabelecer padrões de normalidade e anormalidade, certo e errado, e que fornecem, portanto, parâmetros que o ajudam a definir o que é ou não notícia, e que de modo geral se aproximam dos valores dominantes e normatizadores da sociedade (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 43).

Compreende-se, nessa perspectiva, que o jornalista não é um sujeito neutro, mas sim alguém que tem percepções e compreensões do mundo, forjadas a partir da sociedade da qual é parte, não podendo construir uma narrativa livre, pois essas

concepções direcionam, ainda que inconscientemente, a realidade percebida pelo jornalista. (TRAQUINA, 2001 apud VEIGA DA SILVA, 2010).

Marcia Veiga da Silva (2010), através de pesquisa desenvolvida, acompanhou os processos de produção das notícias de um programa semanal de TV e pôde, a partir disso, conceber o jornalismo como masculino, estando as notícias, as práticas e a empresa jornalística marcadas por concepções de gênero. Nesse processo, a autora conseguiu perceber relações entre os valores dominantes na sociedade, as visões de mundo dos jornalistas e os valores-notícia. Nas palavras da autora “os valores-notícia estão permeados dos valores culturais da sociedade, das visões de mundo hegemônicas (consensuais) e são elementos entendidos como significantes para os jornalistas e para o público (na visão dos próprios jornalistas).” (VEIGA DA SILVA, 2010, p.48).

Veiga da Silva (2010) coloca que por meio de símbolos culturais e hegemônicos, fabricados nas instâncias de poder, que os sentidos entendidos como legítimos sobre feminino e masculino, sinalizam os lugares sociais destes, transformando as diferenças de gênero em desigualdades. Assim, os sujeitos são entendidos a partir de concepções de gênero, sexualidade, raça, classe, geração, entre outros, tendo normas comportamentais estabelecidas, e aqueles que não se encaixam passam a ser discriminados e excluídos. A autora afirma que essas convenções estão relacionadas a instâncias de poder e de saber que ao longo da história foram sendo legitimadas, produzindo desigualdades a partir das diferenças. (VEIGA DA SILVA, 2010, LOURO, 1997).

A partir dos estudos de gênero e dos dados de pesquisa desenvolvida, Veiga da Silva (2010, p. 63) explica a compreensão do jornalismo como masculino a partir de uma analogia ao texto de Guacira Louro (1997):

[...] a escola [como a mídia e o jornalismo] é masculina, pois ali se lida, fundamentalmente, com o conhecimento – e esse conhecimento foi historicamente produzido pelos homens. Não lida com qualquer conhecimento, lida, como afirma Jean-Claude Forquin (1993, p. 11), com alguns aspectos da cultura que foram *seleccionados* por serem reconhecidos como podendo ou devendo dar lugar a uma transmissão deliberada e mais ou menos institucionalizada - enfim, aquilo que uma dada sociedade considera como digno de integrar o currículo [e também as notícias sobre o cotidiano da vida e do mundo]. Portanto, é possível argumentar que, ainda que as agentes do ensino possam ser mulheres [assim como o jornalismo é composto também por profissionais deste sexo], se ocupam de um universo marcadamente masculino – não apenas porque as diferentes disciplinas escolares [bem como os conhecimentos científicos e sociais majoritariamente produzidos em instâncias pedagógicas culturais] se construíram pela ótica

dos homens, mas porque a seleção, a produção e a transmissão dos conhecimentos (os programas, os livros, as estatísticas, os mapas; as questões, as hipóteses e os métodos de investigação “científicos” e válidos; a linguagem e a forma de apresentação dos saberes) são masculinos. [...] O que fica evidente, sem dúvida, é que a escola [como o jornalismo] é *atravessada pelos gêneros*; é impossível pensar sobre a instituição [sobre a mídia] sem que se lance mão das reflexões sobre as construções sociais e culturais de masculino e feminino. (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 63; LOURO, 1997, p. 89, grifo original).

A autora percebeu, através das observações na redação, que os sujeitos que constituem os processos jornalísticos são generificados, assim como os processos de produção das notícias são permeados por concepções de gênero articuladas a outros marcadores sociais como raça, classe, geração. Essas concepções têm influência não só nas notícias, mas também nas relações hierárquicas de poder e prestígio entre os jornalistas. Os atributos de gênero mais valorizados na hierarquia do jornalismo do programa analisado estavam diretamente relacionados aos marcadores mais valorizados na heteronormatividade.

Das imbricações tanto das concepções como das relações de gênero e poder que se estabelecem no âmbito das produções noticiosas, as notícias – como conhecimentos sociais – acabam refletindo as convenções sociais hegemônicas por sua relação direta com as instâncias de poder e de saber, bem como das influências diretas da cultura nos sujeitos produtores de notícias. (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 64).

Nesse sentido, Veiga da Silva (2010) sinaliza que os jornalistas enquanto sujeito da cultura refletem a cultura e os valores sociais dominantes, fornecendo visões de mundo que muitas vezes não são conscientes, mas que são parte da subjetividade. Visões de mundo, concepções de gênero, de raça, classe, geração, orientam inconscientemente os processos de produção das notícias em todos os níveis, criando uma hierarquia de valores correspondentes e em acordo as normas sociais. Veiga da Silva (2010) observou também que concepções de gênero e preferências pessoais dos jornalistas apareceram desde a concepção das pautas, incidindo nas escolhas dos repórteres que iriam produzi-las, indicando que os valores notícia estão perpassados pelos valores sociais e pela subjetividade. (VEIGA DA SILVA, 2010).

as notícias não são e nem poderiam ser objetivas, uma vez que os profissionais são humanos e como tal atribuem sentido ao que vêem, ao que escutam; reagem, se revoltam, ficam felizes, etc., possuem uma subjetividade que não fica “pendurada” em algum lugar em casa quando saem para

trabalhar, mas os acompanha em todos os percursos da vida pessoal e também profissional. (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 146).

A partir de Traquina (2005), Veiga da Silva (2010) destaca que a cultura jornalística é formada a partir de mitos. O mito do jornalista herói, corajoso, caçador de furos, perseguidor da verdade e representante do interesse público constitui parte da identidade deste personagem. Esse imaginário colabora para a construção de outros mitos como a neutralidade, objetividade, imparcialidade e verdade.

Nessa perspectiva, os jornalistas que se aproximem das características do jornalista herói conseqüentemente se aproximam dos atributos mais valorados na hierarquia profissional, tendo em vista que “caça furos”, coragem, iniciativa, risco, conquistas e estão associados ao masculino. O furo na cultura jornalística é uma notícia nova, de grande impacto, que tem possibilidade de gerar audiência, sendo publicado primeiro por algum veículo. O furo é um dos principais valores-notícia do jornalismo e “por um prisma de gênero, demonstra a reunião de atributos associados ao masculino, pois prevê preferencialmente a busca ativa de um fato novo, para torná-lo público, vencer a competição cotidiana e dar status a todos os envolvidos na produção da notícia, em especial ao jornalista ‘caçador’ e à empresa ‘furadora’.” (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 159).

Como coloca Haraway (1995) somos responsáveis por aquilo que aprendemos a ver, nossas visões são parciais, limitadas, carregadas de subjetividade. E os jornalistas enquanto sujeitos reproduzem, mesmo que inconscientes, através das notícias e da cultura jornalística, valores e concepções circulantes na sociedade em um imbricamento constante. Dessa forma o jornalismo não pode ser neutro, objetivo e imparcial porque as notícias são construções de uma realidade parcial. E é tomando consciência disso que o jornalismo e os jornalistas podem transformar práticas e construir novas narrativas. (VEIGA DA SILVA, 2010).

A mídia, em especial o jornalismo, produz saberes, conhecimentos e discursos que são lidos como verdades que tem impacto na cultura. O jornalismo é uma forma de conhecimento que produz sentido sobre a realidade, ao mesmo tempo que tenta construir a realidade é construído por ela. Marcia Veiga da Silva (2010, p.38) percebe o jornalismo como espaço de retroalimentação da cultura e de valores contemporâneos, assinalando que a sociedade e o jornalismo têm a cultura como denominador comum, “num movimento constante e dialógico de (re)produção, (re)significação e circulação.”

Tanto o jornalismo se inspira e se baseia em visões de mundo circulantes na sociedade quanto esta em relação ao jornalismo. Em geral, essa troca corresponde às visões de mundo hegemônicas, consensuadas, legitimadas nas instâncias de poder e compartilhadas como parâmetro social e cultural. Assim, o jornalismo é um conhecimento social que se reproduz com uma função pedagógica cultural que pretende explicar os modos de ser e estar no mundo, e isso adquire força quando o jornalismo está posto nas telas televisivas. E essas explicações nos são cotidianamente passadas através de discursos que envolvem recursos técnicos e humanos capazes de fornecer os saberes legitimados e atuar didaticamente junto à sociedade. (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 38).

Na concepção da autora, o jornalismo estaria produzindo e reproduzindo sentidos de gênero e de poder-saber da norma dominante. Partindo disso, Márcia Veiga da Silva e Beatriz Marocco (2018) propõem a partir da crítica feminista e das filosofias pós-modernas, observar e compreender o jornalismo numa perspectiva que subverte noções de objetividade, imparcialidade, racionalidade, sentidos de gênero e ideias geralmente relacionadas ao pensamento iluminista, tão marcantes no jornalismo como elas colocam.

Situado numa racionalidade cujas origens remetem ao paradigma Moderno, o jornalismo pode ser pensado por analogia com os modos de produção do conhecimento científico, conhecimento este não apenas compreendido de forma moderno-positivista-iluminista, que estaria nas bases do modo de objetivação jornalística e no delineamento de suas práticas, mas também como parte de um sistema-mundo capitalista e masculinista (Grosfoguel, 2012). (VEIGA DA SILVA; MAROCCO, 2018, p. 33).

Na pesquisa de pós-doutorado, Marcia Veiga da Silva tem se dedicado a observar e refletir a partir de livros de repórter sobre práticas jornalísticas que subvertem as lógicas masculinistas dominantes. Em texto publicado com Beatriz Marocco (2018), as autoras dão pistas de como observar a emergência do feminino nas práticas jornalísticas. A partir dos livros de repórter de Eliane Brum, Alexandra Lucas Coelho e Fabiana Moraes, perceberam sentidos que se aproximavam ao feminino “– para além de suas identidades de gênero – compartilhava um modo de objetivação jornalística que provoca uma subversão das lógicas moderno-positivistas-masculinistas do jornalismo” (VEIGA DA SILVA; MAROCCO, 2018, p. 32).

Nessa perspectiva, Jéssica Costa (2018, p. 189) em sua dissertação de mestrado propõe a partir da objetividade corporificada de Haraway (1995), uma objetividade feminista. Para a autora a objetividade feminista é sempre provisória e submetida a uma reflexão contínua levando a subjetividade em consideração. A proposta da objetividade feminista é dar “visibilidade das relações de poder em que

gênero, raça, classe e sexualidade estão imbricadas e que são reafirmadas cotidianamente pelas instituições e suas normativas.” A objetividade feminista é responsável, subjetiva e implica em compreender a parcialidade da visão de mundo que defende.

Assim como na sociedade, o feminino e tudo aquilo que se aproxima ou está associado a ele ocupa no jornalismo um lugar de menor relevância e prestígio. Nessa perspectiva, a subjetividade é suprimida em função da objetividade jornalística, da neutralidade e da ideia de valor de verdade. Essas noções de acordo com Veiga da Silva e Marocco (2018), no entanto, se desfiguram nos livros de repórter, uns dos espaços que possibilitam resistências e transformações, como observaram as autoras, por possibilitarem um exercício da crítica das práticas jornalísticas, incluindo comentário e resgatando a subjetividade do “repórter-autor”.

De acordo com Veiga da Silva e Marocco (2018), os livros de repórter são outro modo de exercício jornalístico, peças importantes para a constituição de um saber das práticas jornalísticas. Ao romper com os modos de objetivação jornalística, resgatando a subjetividade e ampliando as vozes e as fontes, possibilitam, segundo as autoras, uma reflexividade sobre a prática que rompe com a hierarquia masculinista e positivista, fazendo emergir uma epistemologia mais afeita à diferença do que à totalização. (VEIGA DA SILVA; MAROCCO, 2018, p. 38).

A partir da análise desses materiais as autoras identificaram as rupturas em relação ao jornalismo, tais como: objetividade situada e corporificada, pensamento complexo sobre a realidade, a subjetividade como possibilidade para reflexão sobre a prática e o diálogo entre o eu e o outro, na busca por diminuir a transformação de diferenças em desigualdades. As práticas desenvolvidas pelas jornalistas “fazem emergir o feminino interdito e inferiorizado nas hierarquias de valores do jornalismo, o que nos indica outras possibilidades de prática.” (VEIGA DA SILVA, MAROCCO, 2018, p. 49). Importante dizer que ainda que as lógicas observadas pelas autoras sejam praticadas por mulheres não se restringem apenas a mulheres.

O feminino é comumente associado ao ambiente privado, à fragilidade, sensibilidade, procriação, subordinação sempre relacionado ao seu oposto, o masculino, que é ligado ao espaço público, a força, virilidade. De acordo com Veiga da Silva (2010) esses atributos são valorados de diferentes formas, na cultura ocidental em geral, o feminino é menos valorizado em detrimento ao masculino. A emergência do feminino, através das práticas descritas por Veiga da Silva e Marocco

(2018), ressignificam lógicas do jornalismo e são formas de resistência ao masculinismo presente e evidenciado nas práticas e na produção jornalística assim como na cultura e na sociedade. Percebo que essas possibilidades de transformação e subversão do jornalismo têm sido ampliadas a partir da internet, por meio do acesso cada vez maior. Os coletivos feministas, em especial o Portal Catarinas, objeto dessa pesquisa, tem adotado práticas que podem ser entendidas a partir da lógica proposta por Veiga da Silva e Marocco (2018, p. 47), de um jornalismo feminino e feminista, que dialoga com o outro, democratizando o espaço público ao diversificar as vozes, os discursos e a forma de fazer e compreender o jornalismo. Mais do isso, percebo que o jornalismo feminista, ao sinalizar que não é possível fazer um jornalismo neutro e imparcial, diferencia-se ao se posicionar, rompendo a noção de objetividade neutra a partir da objetividade corporificada (HARAWAY, 1995; COSTA, 2018).

3. PROCESSOS EM REDE: CIBERATIVISMO, CIBERACONTECIMENTOS E COLETIVOS MUDIÁTICOS

3.1 CIBERATIVISMO E MOVIMENTOS SOCIAIS EM REDE

A internet foi criada em 1969 por militares estadunidenses com intuito de ser uma máquina de combate voltada ao monitoramento e controle, chamada Arpanet. No entanto, por meio da apropriação e de micropolíticas, a internet tornou-se um uma rede de cooperação social através de grupos de discussão. Desde sua criação, no Departamento de Defesa Americano, havia uma tensão constante de movimentos e poderes distintos que mesclava pesquisadores universitários, militares e ativistas da contracultura. Enquanto uns queriam uma rede com foco em interesses financeiros ou científicos, outros se interessavam em torná-la um dispositivo de conversação e de relações sociais. (MALINI, ANTOUN, 2013)

Em 1979, três estudantes universitários inventaram uma versão diferente do protocolo Unix, que possibilitou através de uma linha telefônica que os computadores pudessem ser interligados. Fizeram isso para criar um fórum de discussões online sobre computadores, conhecido como Usenet a primeira plataforma de conversação online. (CASTELLS, 1999).

Se em um primeiro momento a internet criada pelos militares tinha o objetivo de funcionar como meio de comunicação entre os militares na guerra fria, as universidades que colaboraram no projeto queriam fazer da internet uma maquina de cooperação. Através dessa cooperação em rede desenvolveram projetos, protocolos e *softwares* complexos. Entretanto, em 1984, os militares resolvem deixar a Arpanet para criar uma rede própria, a MilNet. Com isso, usuários passaram a criar fóruns, grupos de discussão e de e-mail na Arpanet, surgindo as comunidades virtuais e o ciberativismo, inaugurando o ciberespaço. (MALINI, ANTOUN, 2013)

Segundo Malini e Antoun (2013), a profusão de grupos de discussão e mensagens virtuais possibilitou a criação de uma estrutura de organização social, a comunidade virtual. Como coloca Lévy (1999), as comunidades virtuais possibilitam a troca de conhecimento e saber, multiplicando-o. Com base na ideia de que todos os participantes agregam com seu conhecimento e informação, elas produzem comunicação, informação e conhecimento. Através das comunidades virtuais a

circulação de informação em rede foi ampliada, mudando a forma de atuação em rede. (MALINI, ANTOUN, 2013)

Com a criação do ciberespaço e de grupos de discussão, passaram a existir os ativismos que vão desde a organização de campanhas para ações coletivas contra sistemas totalitários a campanhas para causas sociais e discussões teóricas. E assim, 1984 é tido como o ano do surgimento do ciberativismo, entendido como “ações coletivas coordenadas e mobilizadas coletivamente através da comunicação distribuída em rede interativa.” (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 20).

Na história da militância política, a Internet dos grupos de discussão vai inaugurar a política de vazamento como *modus operandi* para fazer chegar aos diferentes usuários de todo o mundo as informações privilegiadas sobre a situação social de regimes políticos fechados, a crítica a poderes econômicos e militares num contexto de bipolaridade mundial, ou mesmo ser a base de sustentação da articulação política de movimentos feministas, ambientalistas e estudantis, amparados em torno de instituições não governamentais que usam as BBSs e a Usenet para organizar suas lutas ou para vaziar notícias que sofrem barreiras das censuras políticas e econômicas locais. O aparecimento do ciberativismo – numa versão *hacker* e comunitária – rompe com o próprio ativismo social que se realizava até então no campo da comunicação social. Na época, a “guerrilha midiática” acontecia com a produção de contrainformação usando o meio da radiodifusão (rádio, especialmente). Com a invenção do ciberespaço, a guerra de informação ocorre de modo subterrâneo, entre aqueles que possuem centrais de comunicação mediadas por computador. (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 21).

Assim, os grupos de discussão tornam-se espaço de mídia que distribui informação para as diversas comunidades virtuais. A partir da popularização desses fóruns e grupos e em função da concentração midiática das informações o midialivrismo emerge. (MALINI, ANTOUN, 2013). O ativismo midiático ou midialivrismo dos grupos de discussão e das comunidades *hackers* passam a ser entendidos de duas formas: o midialivrismo de massa e o midialivrismo ciberativista. Enquanto o midialivrismo de massa articula experiências dos movimentos sociais produzindo mídias comunitárias, populares e alternativas, o midialivrismo ciberativista se dá a partir de processos de colaboração social em rede, de construção de tecnologias digitais e comunicação compartilhada buscando uma produção livre e sem hierarquias. (MALINI, ANTOUN, 2013).

De acordo com Malini e Antoun (2013, p. 22), tanto o midialivrismo de massa quanto o ciberativista buscam liberdade de produção e circulação dos conteúdos, mas com perspectivas distintas. “O midialivrismo de massa quer se liberar do poder

concentrador da propriedade dos meios de comunicação; o ciberativista quer radicalizar os direitos fundamentais (ou mesmo subverter o sentido liberal destes), sobretudo a liberdade de expressão.”

O midialivrista de massa origina-se na política radical dos novos movimentos sociais (urbanos, estudantis, sindicais, operários, etc.) que realizam também uma atividade transversal de luta pela democratização em países tais como o Brasil (mergulhado em uma ditadura militar), e se organizam em torno de rádios livres e comunitárias, imprensa alternativa e experiências de produção de vídeos e documentários com e sobre as classes populares. Revela-se em rota de colisão contra o industrialismo midiático seja em sua forma jurídica das regulações, concessões e fontes de financiamento estatais; seja em sua forma econômica com a redução do mercado de mídia a poucos veículos, o que força a publicidade a investir seus recursos apenas nesses meios; seja em sua forma corporativa da existência de normas que restringem a atividade de imprensa, por exemplo, apenas àqueles com diploma de jornalismo, criando a concepção de que todos os outros comunicadores não possuem qualidade para se expressar. Já o ciberativista tem sua genealogia na arte radical ou nos movimentos da chamada contracultura. À base de muito sexo livre, *rock* e drogas pesadas, permeado do discurso potente de “paz e amor”, utilizam dos novos meios para produzir ruídos sonoros, literatura marginal, *performances* e instalações participativas e imersivas, videoarte, informática e eletrônica em níveis micro, articulando, portanto, toda uma nova cena tecnológica/cultural que recusa qualquer noção de poder baseado em alguma forma de mediação, como conselhos, direções, secretariados, para abrir-se a todo tipo de experimentação, cujo valor maior se fixa na frase “faça você mesmo” e em processos colaborativos de trabalho (mais tarde, em redes telemáticas). (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 23).

Os autores afirmam que foi o ativismo das comunidades virtuais que criou o ciberespaço e percebem os midialivristas como *hackers* de narrativas que produzem narrativas alternativas dos acontecimentos em relação ao que é feito na grande mídia.

Um dos primeiros acontecimentos ciberativistas ocorreu em 1994, quando surgiu o movimento Zapatista em Chiapas, no México. O movimento buscava uma gestão mais democrática do território, participação da população nas decisões do país, preservação da cultura indígena e se colocavam contra, por meio de ações ativistas e de táticas de guerrilha, o acordo de livre comércio, o NAFTA, entre o México, Canadá e Estados Unidos. (JÚNIOR, online). O Exército Zapatista de Libertação Nacional (EZLN) junto com ONGs e comunidades indígenas fizeram emergir uma agenda de reivindicações e ações em rede. Utilizando emails, enviaram comunicados a rádios e jornais informando sobre o movimento organizado em Chiapas. (Camille BALESTIERI, 2014).

O que havia começado como uma tradicional insurgência guerrilheira havia se transformado em uma rede de guerra em rede social pertencente à era da informação. O processo de construção da aliança criou uma nova forma de

organização – uma multiplicidade de grupos autônomos rizomaticamente conectados –, conectando várias espécies de lutas, através da América do Norte, que estavam anteriormente desconectadas e separadas (Cleaver, 1994). Tanto Arquilla e Ronfeldt, quanto Cleaver querem ver no EZLN o principal ator da coalizão e apontam Marcos como um excelente porta-voz do movimento Zapatista mais do que um líder. Para o pensamento do Departamento de Defesa norte-americano, Marcos faria parte de uma sofisticada tentativa do EZLN de quebrar seu isolamento político, permitindo-lhe combinar as suas pequenas unidades de ataque com as mobilizações nacionais e os apelos internacionais. Entretanto, o EZLN não tem seus próprios *laptops*, conexão com a Internet, máquinas de fax e telefones celulares que estão com as ONGs mexicanas e internacionais. Mas Cleaver mostra como o apoio e a divulgação do movimento Zapatista se estruturou em torno de uma rede de trabalho voluntário ativista coordenada através da Internet de forma descentralizada composta por digitadores, tradutores, *webdesigners*, escritores, organizadores de listas de discussão e administradores de sítio. (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 80).

Em 1997, mesmo depois do Acordo de San Andrés em que o governo se comprometia a garantir os direitos dos povos indígenas, ex-intergrantes do exército e da segurança pública mataram 46 indígenas no conhecido Massacre de Acteal. (JÚNIOR, online) A partir disso, *hackers* utilizaram a internet para ações de desobediência civil eletrônica contra entidades anti-zapatistas, os governos do México e dos Estados Unidos e instituições financeiras do México. (RIGITANO, 2003; SILVEIRA, 2010). Malini e Antoun (2013) citando Stefan Wray (1998) apontam que em 1998, após o massacre indígena em Chiapas, o grupo Electronic Disturbance Theatre (EDT) inventou o *inundanet*, software que permitia paralisar ou derrubar uma página na web, como forma de protesto virtual. De acordo com os autores, esse software marcou a união do ativismo político e dos *hackers*, mais tarde compreendido como *hacktivismo*.

Em novembro de 1999 manifestações em Seattle contra o encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC) reuniram milhares de pessoas entre ativistas, trabalhadores, estudantes, pacifistas e anarquistas. A manifestação era pacífica, no entanto alguns integrantes de grupos Black Blocks começaram a destruir e vandalizar lojas, o que deu margem à grande mídia para uma cobertura deturpada e até mentirosa dos protestos. Isso mobilizou a criação do Independent Media Center (IMC) que se tornou órgão oficial de notícias sobre o acontecimento. O IMC foi criado por organizações e ativistas da mídia independente e tinha como objetivo cobrir as manifestações contra a OMC em Seattle, funcionando como uma opção alternativa e pautando os protestos a partir da ótica dos manifestantes. Com uma cobertura minuto

a minuto e sistema de edição aberta o IMC disponibilizava informação, vídeos, reportagens e fotos de forma livre. (MALINI, ANTOUN, 2013; RIGITANO, 2003).

Malini e Antoun (2013) entendem o IMC como resultado da política de ação direta do ativismo e da possibilidade descentralizadora e interativa dos sistemas de hipermídia. A partir disso, um ano após seu surgimento havia mais de 30 iniciativas tais como o IMC pelo mundo.

A internet possibilitou que novas narrativas ganhassem espaço, permitindo que qualquer usuário pudesse atualizar uma informação.

Não só os usuários podem conectar qualquer informação antiga que esteja na rede com uma atual, como eles podem determinar o alcance de uma informação atual, replicando-a por diferentes interfaces. A comunicação partilhada nas interfaces coletivas de parceria (*peer-to-peer*) reposicionam o tipo de passado que importa na decisão de ação. (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 177).

Nesse sentido, como apontam Malini e Antoun (2013), a narrativa noticiosa está também nos espaços virtuais e não só nas mãos da imprensa com capacidade de irradiar a informação. Assim, a criação e popularização dos blogs também colaboraram para as disputas de narrativas e o marco disso se dá a partir dos ataques terroristas em 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos, quando os portais de notícias não conseguiram ficar estáveis em função do grande tráfego. Com isso as pessoas passaram a buscar informações na TV e nos blogs. Esse momento é compreendido como evento fundador da crise no jornalismo, levando em conta que os conglomerados de mídia dividiram atenção com outros veículos. (MALINI, ANTOUN, 2013).

Tatiana Leal (2015, p.4) acredita que:

Houve uma mudança fundamental no ambiente da comunicação com a chegada da internet. Ela representa, ao mesmo tempo, uma comunicação de massa e uma autocomunicação, ou seja, traz a possibilidade de uma produção decidida autonomamente pelo remetente, de uma recepção direcionada e da autosseleção de leitura das mensagens que chegam. Emergem, assim, novas possibilidades de resistência, já que “a 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” (CASTELLS, 2013, loc. 216). Há, de fato, a construção de um ambiente de interação entre os atores que não necessita de instituições como a família, a escola, a igreja, a mídia tradicional e o governo para aglutinar intenções e emoções em torno de um fim comum.

Desde o surgimento do zapatismo, nos anos 1990, os movimentos sociais passaram a utilizar as tecnologias de comunicação para construir um agir coletivo. Com as novas tecnologias da informação e da comunicação, os sites de redes e os dispositivos móveis foi possível criar uma comunicação mais autônoma e horizontal o que possibilitou a eclosão dos diversos protestos pelo mundo e no Brasil. (ZIGONI, BORTOLON, 2016).

Ciberativismo ou ativismo digital é um conjunto de ações em prol de alguma causa e se dá através de organização online de forma horizontal, autônoma e descentralizada. Nessa perspectiva, Silveira (2010) entende o ciberativismo como um conjunto de práticas que defendem causas diversas através da internet colocando em circulação discursos que produzam ou ampliem significados sociais em defesa de causas específicas. (Sandra MONTARDO, ARAÚJO, 2013).

Conforme Silveira (2010, p. 31), o ciberativismo tem sua história ligada a criação da internet, influenciando “grande parte da dinâmica e das definições sobre os principais protocolos de comunicação utilizados na conformação da Internet.” Ancorado em Wray (1998), o autor coloca que ações ciberativistas acontecem desde os anos 1980 com o PeaceNet⁹ e que práticas *hacktivistas* são observadas desde 1998 na Grã-Bretanha, Austrália, Índia e China.

No final dos anos 1990, o ciberativismo se fortaleceu com os protestos zapatistas, os protestos antiglobalização em Seattle, Washigton e Praga, e também em função da atuação das ONGs na internet. No Brasil, conforme Rebeca Cavalcante (2010), a internet ganha importância a partir do Fórum Social Mundial, realizado em Porto Alegre, em 2011, quando identificaram que ONGs e entidades da sociedade civil estavam utilizando a internet para divulgar reivindicações e promover mobilizações.

Para Moraes, a Internet vem dinamizar as lutas das entidades civis a favor da justiça social num mundo que globaliza desigualdades de toda ordem. A Internet veio mobilizar esforços de intervenção dos movimentos sociais na cena pública, graças à singularidade de disponibilizar, em qualquer espaço-tempo, variadas atividades e expressões de vida, sem submetê-las a hierarquias de juízos.[...] É uma arena complementar de mobilização e politização, somando-se a assembleias, passeatas, atos públicos e panfletos. Além de ter baixos custos; abrangência ilimitada; velocidade de transmissão; ruptura com as diretivas ideológicas e mercadológicas dos media; autonomia para detonar campanhas, sejam elas de denúncia, de pressão, de

⁹ Rede de ativistas políticos que se comunicavam por sites e listas de email, conhecida como a primeira manifestação ciberativista. (SILVEIRA, 2010; AMARAL, JÚNIOR, 2016).

conscientização ou de arrecadação de fundos; abertura de fóruns cooperativos (CAVALCANTE, 2010, p. 41).

Maria Eugenia Rigitano (2003) percebe a internet como uma ferramenta necessária para os movimentos sociais contemporâneos porque facilitam as atividades em relação a custo e tempo, além de mobilizar pessoas para causas locais ou globais e romper com o domínio das mídias tradicionais sobre os acontecimentos. Com a internet, os ativistas podem ampliar suas atividades e desenvolver outras, criando estratégias de mobilização e espaços de discussão, aprimorando a atuação dos grupos.

Para Javier Toret (2012, p. 51) a utilização de tecnologias da comunicação de forma estratégica para mobilização coletiva é compreendida como tecnopolítica. O autor entende que essas novas formas de organização se dão em função da inteligência e ação coletiva possibilitadas pelo “crescimento das capacidades tecnopolíticas das multidões conectadas.”

Arranjos sociais podem ser construídos, podem ser criados coletivamente e não são meras reações a eventos externos, o que é uma diferença importante. Ora, não basta utilizar ferramentas de um novo tipo, ou que as causas são justas, há uma alquimia de fatores que produzem esses fenômenos de irrupção coletiva e distribuída. Destaco duas: a mobilização afetiva na psique coletiva e a multiplicação das interações nas tecnologias do momento. (TORET, 2012, p. 64)¹⁰.

Nessa linha de raciocínio Castells (2013) coloca que os movimentos sociais não surgem apenas pela pobreza ou desesperança política. É necessária uma mobilização emocional provocada pela fúria que as injustiças promovem e a crença de uma mudança. E complementando essa ideia Castells (2013, p. 9) coloca que

Para que se forme um movimento social, a ativação emocional dos indivíduos deve conectar-se a outros indivíduos. Isso exige um processo de comunicação de uma experiência individual para outras. Para que o processo de comunicação opere, há duas exigências: a consonância cognitiva entre emissores e receptores da mensagem e um canal de comunicação eficaz. A empatia no processo de comunicação é determinada por experiências

¹⁰ Tradução minha para “Los enjambres sociales pueden construirse, pueden crearse colectivamente, y no son meras reacciones a los acontecimientos externos, esa es una diferencia importante. Ahora, no basta con utilizar herramientas de nuevo tipo, o que las causas sean justas, hay una alquimia de factores que producen estos fenómenos de irrupción colectiva y distribuida. Yo destacaría dos: movilización afectiva en la psique colectiva y la multiplicación de las interacciones en las tecnologías propias del momento.”

semelhantes às que motivaram o acesso emocional inicial. Em termos concretos, se muitos indivíduos se sentem humilhados, explorados, ignorados ou mal representados, eles estão prontos a transformar sua raiva em ação, tão logo superem o medo.

Sandor Vegh (2003) sugere que o ciberativismo pode ser dividido em três categorias de ativismo online: conscientização e apoio, organização e mobilização e ação/reação. A primeira categoria diz respeito a utilização da internet para produzir informações funcionando como uma mídia alternativa. A segunda categoria trata sobre as estratégias de mobilização que podem ser onlines e/ou offlines, com convocatórias para mobilizações de rua. E a terceira e última categoria versa sobre os ataques onlines conhecidas como *hacktivismo*, envolvendo várias ações de apoio online, como congestionamento, invasão e derrubada de sites e até cibercrimes. Importante destacar que os limites entre as categorias são bastante fluídos. (RIGITANO, 2003; CAVALCANTE, 2010).

Brêtas (2017, p. 4), citando Van Lear e Van Aelst (2009), divide as ações ciberativistas em dois grupos: ações auxiliadas pela internet e ações baseadas na internet. O primeiro refere-se a ações já aconteciam antes, mas que foram beneficiadas pela chegada das mídias digitais, como campanhas de arrecadação de doação financeira. O segundo diz respeito a ações que necessitam das mídias digitais em sua estratégia, como a “prática de flooding e spamming, como no ‘vomitaço’ e campanhas mobilizadas através perfis pessoais de usuários.”

Atualmente vivemos um momento onde é possível criar estratégias de organização coletiva com capacidade de cooperação, engajamento e compartilhamento facilitadas pelas mídias digitais. As ações ciberativistas para serem efetivas dependem do engajamento dos atores que se mobilizam a partir da identificação com a causa. (MONTARDO, ARAÚJO, 2013). Conforme Balestieri (2014), o desafio dos movimentos sociais é utilizar a internet para ampliar a participação e organização social não se limitando ao ambiente digital.

Com uma linguagem dialógica, múltipla e cooperativa, a internet “vai criar uma onda integrada, revelando as perspectivas independentes de opinião”. (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 184). Ao utilizar uma hashtag como nome do protesto ou convocatória possibilita que os ativistas agrupem uma grande quantidade de dados e informações por meio dessa *tag*, como nos casos da *#PrimeiroAssédio* e *#MeToo*. Assim, o protesto gera significado, conecta mensagens e pessoas, alcançando visibilidade e atenção midiática. Nesse sentido os autores colocam que

Não há dúvida de que a lógica de rede do movimento apenas estrutura o modo como a mobilização política acontece. O *torrent* é apenas uma metáfora para mostrar como o movimento social é “descarregado” (*download*) pelos perfis para os ativistas obterem os dados de realidade, ao mesmo tempo em que os próprios perfis doam mais dados (*upload*). Esse é um modo de cidadania onde a rua e a Internet se agenciam através da criação de governanças e modelos de organização política para romper a fragmentação social, aprofundada pelo *salve-se-quem-puder* do *modus operandi* neoliberal. (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 233).

Conforme Malini e Antoun (2013), a narrativa compartilhada faz parte do movimento social, que disputa com a mídia tradicional a narrativa sobre o que faz parte ou não do acontecimento, questionando e refletindo sobre a sociedade.

E quanto mais os sujeitos estão juntos e imersos em um acontecimento de rua, mais intenso e emocional fica o compartilhamento das informações na Internet. A narrativa se multiplica e se alarga nas redes sociais. A conversação se torna mais duradoura povoando uma cartografia de controvérsias. Os novos modos de pensamento e luta (seja qual for a sua dimensão) passarão cada vez mais pelo agenciamento entre a Internet e a rua, pois ambas têm uma qualidade comum: exprimem o barulho da multidão. (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 249).

Esse novo ativismo é herdeiro das mobilizações do final dos anos 1960 e início dos anos 1970 e fez da comunicação mediada pelo computador seu novo instrumento para pensamento e ação, transformando as comunidades virtuais em organização política das manifestações e protestos. (MALINI, ANTOUN, 2013).

Recentemente, os movimentos sociais em rede chegaram ao mundo árabe confrontando a violência da ditadura vivenciada em seus países, depois mobilizaram à Europa e os Estados Unidos em função da crise econômica até chegar ao Brasil com os protestos de junho de 2013, a Primavera Feminista no Brasil em 2015 e protestos na Argentina¹¹ em oposição ao feminicídio e a violência contra a mulher, que acabou se espalhando por toda a América Latina. A cada ano os movimentos feministas se fortalecem, empoderando mulheres e promovendo campanhas que visibilizem pautas que são debatidas desde o seu surgimento.

Castells (2013) coloca que o que uniu as pessoas nesses protestos era a sensação de empoderamento, independente dos diversos contextos culturais, econômicos e institucionais. Assim como na Primavera Árabe, Indignados na Europa,

¹¹ Ver mais em: <http://brasil.elpais.com/brasil/2016/10/17/internacional/1476717704_725902.html> Acesso em 28/10/2016

Occupy Wall Street, Primavera Feminista no Brasil e NiUnaMenos todas essas manifestações foram convocadas pelas mídias sociais (GOHN, 2014).

Para Cecília Peruzzo (2013) os movimentos sociais são como um processo de organização coletiva, onde se salienta a densidades dos laços entre as pessoas, possibilitando certa durabilidade e clareza no uso de táticas e estratégias para criar propostas para uma sociedade ou parte dela. No entanto, de acordo com a autora, as mobilizações podem acontecer não só por questões de política extrema, mas também como forma de pleitear mudanças.

De acordo com Castells (2013), os movimentos sociais, em geral, são espontâneos provocados pela indignação, podendo acontecer em função de um evento específico ou descontentamento com ações de governantes. São movimentos que produzem novos valores e objetivos, representados pelas instituições da sociedade criam novas formas de organização social. E é através de uma comunicação livre do controle daqueles que têm o poder, que os movimentos sociais operam o contra-poder. Os sites de redes sociais permitem coordenar e definir as ações do movimento de forma livre, rápida, interativa e com potencial de espalhamento (JENKINS, GREEN, FORD, 2014) das informações. Ainda que os movimentos sociais tenham no espaço urbano seu alicerce, os movimentos em rede têm na internet um espaço contínuo onde o fluxo de informações acontece de forma livre, sem uma liderança formal e com uma estrutura descentralizada que potencializa as chances de o movimento tem maior participação. (CASTELLS, 2013). Castells (2013) explica:

Os movimentos sociais precisam abrir um novo espaço público que não se limite a internet, mas se torne visível nos lugares da vida social. É por isso que ocupam o espaço urbano e prédios simbólicos. Os espaços ocupados têm desempenhado papel importante na história da mudança social, assim como na prática contemporânea por três motivos básicos: criam comunidade, e comunidade se baseia em proximidade, os espaços ocupados carregam poder simbólico, e construindo uma comunidade livre num espaço simbólico, criam um espaço público, um espaço de deliberação que se torna espaço político. [...] Em nossa sociedade, o espaço público dos movimentos sociais é construído como um espaço híbrido entre as redes sociais da internet e o espaço urbano ocupado: conectando o ciberespaço com o espaço urbano numa interação implacável e construindo, tecnológica e culturalmente, comunidades instantâneas de prática transformadora. (CASTELLS, 2013, p. 16).

Por meio desse espaço híbrido formado pelos sites de redes sociais e pelo espaço urbano, a auto-reflexão funciona como uma ferramenta de afirmação do poder

do povo. Os movimentos sociais têm causas comuns ou motivos próprios para se levantarem, são possibilidades de transformações sociais, compondo a sociedade. Os movimentos sociais em rede têm a marca da sua sociedade, são formados por atores que convivem com as tecnologias digitais, seus valores, objetivos e modelo organizacional estão relacionados com a cultura da autonomia que é característica da geração atual, e são os agentes da mudança da sociedade em rede (CASTELLS, 2013).

Para Castells (2013, p. 8) “as redes sociais não são apenas ferramentas, mas modelos organizacionais, expressões culturais e plataformas específicas para autonomia política.” A internet gera condições para que o movimento sobreviva, se organize, decida, se alargue. Além disso, por ser um espaço fluido permite a comunicação entre as pessoas e com a sociedade em geral, independentemente do espaço físico ou de questões territoriais, mantendo o movimento ativo na busca pela transformação social necessária para superar a dominação institucionalizada.

De acordo com Castells (2013), os movimentos sociais são culturais, interessando mais o efeito que causa nos indivíduos e na sociedade que dedica se a modificar, tendo por ideia fundamental, transformar as pessoas em sujeitos das suas próprias vidas afirmando sua autonomia em relação às instituições da sociedade. Os movimentos sociais em rede têm nos sujeitos seu alicerce para reconstruir a confiança de uma sociedade, e quanto mais o movimento consegue espalhar suas ideias pela rede, mais cidadãos conscientes surgem. (CASTELLS, 2013).

Assim como Castells (2013), Peruzzo (2013) percebe a importância das redes sociais para os movimentos sociais no Brasil, para ela, os sites de redes sociais funcionam como canais de informação e espaços de comunicação onde é possível debater, deliberar e organizar o movimento. Uma questão importante que a autora salienta, foi o uso dos *smartphones* pelos manifestantes que a partir das possibilidades tecnológicas disponíveis e da internet passaram a contar a história da manifestação de dentro. Criando conteúdos de diversos formatos e naturezas e gerando informação em tempo real, possibilitou um processo de convergência (JENKINS, 2009), surpreendendo a mídia de massa, que passou a disputar a audiência com as mídias digitais e os coletivos midiáticos (AQUINO BITTENCOURT, 2014).

Em junho de 2013, as manifestações brasileiras reivindicavam mudanças e melhorias na sociedade, com participação de mais de um milhão de pessoas por todo

o país, se destacando como um movimento heterogêneo, de pessoas de todos os setores da sociedade clamando por mudanças. (PERUZZO, 2013). Já a Primavera das Mulheres em 2015, mobilizou muitas mulheres, principalmente, as feministas a lutarem pelos seus direitos, unindo mulheres e feministas de diversas correntes, as manifestações se espalharam e tomaram grandes proporções.

As apropriações da internet e das mídias digitais pela militância facilitam e potencializam ações individuais, de grupos ou de organizações conturbando estruturas convencionais da oferta e acesso a informação. (ARAÚJO, 2016). “Hoje a capacidade de narrar a história pertence a todos, mesmo que ainda seja um desafio universalizar os serviços de acesso à rede.” (MALINI, ANTOUN, 2013, p. 248). Como lembra Bruna Barreiros (2013), apesar de a internet ampliar a capacidade de conexão entre as pessoas, onde qualquer um pode produzir e disseminar conteúdo, uma parcela significativa da população ainda não está incluída nesses processos. De acordo com pesquisa publicada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em dezembro de 2018, um terço da população brasileira não tem acesso a internet.¹² É necessário frisar também que ainda que todos possam produzir conteúdo e informação na internet, os atores sociais não têm o mesmo poder dos meios de massa, o que acontece agora é a disputa de espaço. (MAINETE, 2012 apud BALESTIERI, 2014).

Ao falar do #15M, Toret (2012) coloca que a matéria prima do movimento foi a utilização política e estratégica dos sites de redes sociais de forma coordenada, associada mudança da subjetividade social de desconforto em processo de politização coletiva. Nesse sentido, acredito que as mobilizações feministas tanto nos sites de redes sociais como nas ruas, também se dão em função dessa transformação do desconforto e do sentimento de raiva em ação coletiva. Como já dito, as mídias digitais possibilitam atingir um número maior de pessoas com custo baixo, e isso permitiu que surgissem vários blogs, páginas e sites dedicados a produzir conteúdo feminista. No próximo subcapítulo, vou me desdobrar sobre o ciberativismo feminista, na intenção de criar uma linha do tempo das manifestações contemporâneas, visando mostrar também que a partir delas muitos coletivos, blogs e iniciativas de jornalismo independente foram criados.

¹²Fonte: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>> Acesso em dez.2018.

3.2 CIBERATIVISMO FEMINISTA: AS MOBILIZAÇÕES FEMINISTAS NO CONTEMPORÂNEO

O ativismo feminista como prática que busca transformação não é novidade, como vimos. As mulheres produziam informação, conteúdo, literatura e críticas desde o século XIX. Com as tecnologias da informação e comunicação, a internet, os sites de redes sociais e os dispositivos móveis, o movimento feminista passa a ocupar também o espaço digital, buscando construir diálogos e espalhar as ideias feministas pela rede.

O ciberfeminismo desde os anos 1990 faz essa união entre o movimento feminista e as tecnologias disponíveis. Com a facilidade de acesso e conexão a internet aumentando¹³ há também um crescimento de coletivos e páginas feministas que usam as mídias digitais para discutir, visibilizar e mobilizar as mulheres em prol dos feminismos. Veremos mais adiante que com as mobilizações feministas de 2015 no Brasil, conhecidas como Primavera Feminista, uma série de protestos e campanhas circularam pelos sites de redes sociais e pela sociedade, o que contribuiu para que os feminismos se tornassem uma pauta em evidência e bastante discutida até hoje.

Segundo Tomazetti (2015) o feminismo percebeu no ambiente digital uma possibilidade para práticas e expressões coletivas com significados novos e endereçamentos múltiplos. Já nos anos 1990 as mulheres assumem o protagonismo de produtoras e disseminadoras de conteúdo, disputando espaço na comunicação digital. O autor conta ainda, a partir de Ureta (2005), que em 1995 no Simpósio internacional sobre a mulher e os meios de comunicação, organizado pela Unesco, no Canadá, as mulheres debateram sobre a importância da presença feminina na internet. Na Conferência da Mulher em Beijin, no mesmo ano, falaram sobre a necessidade incentivar e reconhecer as redes de comunicação criadas por mulheres com objetivo de trocar e disseminar ideias.

Tomazetti (2015) aponta que o site espanhol *Mujeres em rede*, referência no mundo para reflexões e textos feministas e sobre direitos humanos, criado em 1997, foi uma das primeiras experiências de comunicação digital feminista.

¹³ Segundo dados do IBGE de 2017, 70,5% dos brasileiros têm internet em casa, um aumento de quase 7% em relação ao ano anterior (63,5%). O celular é o meio mais utilizado para o acesso representando 69%. Ver mais: <<https://tecnologia.ig.com.br/2018-04-27/acesso-a-internet.html>> Acesso em dez.2018.

De acordo com Ureta (2005), o espaço social e virtual dinamizado pelas redes digitais proporcionou experiências de ativismo mais livres e acentuou as possibilidades de desenvolvimento de outros canais de comunicação e intercâmbio informativo, ampliados para além dos contextos localizados entre as mulheres e suas comunidades. (TOMAZETTI, 2015, p. 6).

A partir da pesquisa de Wendy Harcourt (2000), Barreiros (2013) mostra que já nesse período as mulheres utilizavam a internet para promover campanhas e mobilizar apoio em torno de pautas importantes, como a morte da Paquistanesa Samia Imra quando tentava dar entrada no pedido de divórcio ou quando a nigeriana Bene E. Madunagu pedia apoio internacional na luta contra a mutilação feminina.

Dos anos 2000 em diante os movimentos sociais passaram a utilizar as tecnologias da informação e da comunicação para dinamizar e alcançar mais pessoas inovando na forma de agir coletivamente. (BORTOLON, MALINI, 2015) O feminismo digital brasileiro tem iniciativas múltiplas em plataformas diferentes, como blogs, sites, sites de redes sociais. Entre os anos 2000 e 2002, Haje (2002) identificou 21 sites brasileiros ligados a organizações ou grupos feministas. (TOMAZETTI, 2015).

A internet conecta as mulheres de diferentes origens, classes sociais, raças e sexualidade e transforma a noção de público e privado, possibilitando que assuntos como violência e sexualidade sejam discutidos de forma mais ampla. A partir disso, o movimento feminista se articula de forma local e global e um exemplo disso é a *SlutWalk*, conhecida no Brasil como Marcha das Vadias, originária do Canadá a marcha se estendeu por outros países como forma de enfrentamento a violência contra a mulher. (BARREIROS, 2013; TOMAZETTI, 2015).

A comunicação no ambiente digital viabiliza que práticas e expressões coletivas, até então desconhecidas, sejam ressignificadas, construindo uma plataforma que permita a disseminação de ideias, debates e mobilizações online com foco nas questões de gênero, oportunizando as mulheres o protagonismo de produzir e espalhar conteúdo. (TOMAZETTI, 2015). As práticas feministas de hoje estão articuladas aos processos em rede. Ainda que abordem os mesmos temas, as linguagens utilizadas, as formas de mobilização, os formatos, vão ganhando tessituras da rede, compondo e sendo compostos por ela. Para Leal (2015), o espaço de mobilização dos movimentos sociais não se dá mais apenas nas ruas, mas também na internet. A autora coloca resalta que não é possível ignorar a mídia como um espaço de formação, discussão e reflexão do feminismo. A partir de Doorn e Zoonen (2009), Leal (2015) coloca que feministas têm se apropriado das mídias digitais para

criar uma rede de suporte, de denúncia e de mobilização política, criando espaços para expressão de si, comprometidas em mudar a sociedade, buscando engajar mulheres e homens nessa luta. Através da internet e das mídias sociais as pessoas que não se encontram nos modos de participação política tradicional ou que não integram movimentos sociais vêem no espaço digital possibilidade de ação. (LEAL, 2015).

A internet permite, através das mídias digitais, que debates que antes ficavam apenas nos movimentos sociais alcancem mais pessoas e se espalhem pela sociedade. O que antes era silenciado pela grande mídia passa a ser tematizado nesse espaço, dando visibilidade a causas, questões e pessoas por meio da informação e conteúdo produzidos por estes grupos.

Se, por um lado, a imprensa apaga dizeres sobre o feminismo e evidencia discursos patriarcalistas, as redes sociais virtuais constituem-se, então, como um espaço de confronto a esses discursos hegemônicos. A popularização da internet contribuiu para fazer circular massivamente discursos de valorização do feminismo (LIMA, 2013, p.10, apud RODRIGUES, 2016, p. 85).

As mídias digitais comumente têm sido utilizadas para disseminação de ideias e saberes pelos movimentos sociais. Blogs, sites, páginas e plataformas se tornaram um espaço alternativo à grande mídia, pautando temas com uma pluralidade maior de pontos de vista. Além disso, os sites de redes sociais tornaram-se essenciais para a organização coletiva e política, especialmente para os feminismos contemporâneos. Entre as conquistas do movimento Zigoni e Bortolon (2016) destacam a quebra do silenciamento diante das violências cotidianas vivenciadas pelas mulheres. No entanto, Laís Rodrigues (2016) enfatiza o caráter ambíguo da internet ao sinalizar que ao mesmo tempo em que empodera as mulheres a se tornarem protagonistas de suas histórias, também reproduz violências de gênero.

O movimento feminista se mobiliza no Brasil desde 2013 de forma pontual, como a Marcha das Vadias, no entanto, com a tramitação do Projeto de Lei 478/2007, conhecido como Estatuto do Nascituro, que viola direitos das mulheres, como o a proibição do aborto até mesmo nos casos de estupro, o movimento feminista se mobilizou em rede.

Ana Brêtas, em artigo publicado em 2017, sinaliza que as primeiras campanhas de mobilização feminista surgiram de forma tímida entre 2012 e 2013 com #ForçaFran e #ChegaDeFiuFiu. Com o passar do tempo a prática ganhou força e em 2015 as

campanhas feministas online se destacaram, estabelecendo as *hashtags* como uma estratégia bastante utilizada pelo movimento. Segundo a autora, as *hashtags* propunham ação coletiva, reivindicavam direitos e pautavam a relação entre as mulheres, como #ChegadeFiuFiu, #NãoMereçoSerEstuprada, #VamosJuntas.

O Twitter, por exemplo, funciona atualmente como espaço de mobilização e manifestação, sendo catalisador de diversas campanhas, entre elas #PrimeiroAssédio, #EstuproNuncaMais. As *hashtags* surgiram no Twitter para indexar conteúdo publicado na internet. Qualquer palavra que esteja acompanhada do símbolo #, do inglês *hash*, pode ser considerada uma *hashtag*. Muito utilizadas em campanhas feministas, facilitam a busca por conteúdo.

Através das mídias digitais, os coletivos criam campanhas engajando as pessoas politicamente por meio de relatos, vivências pessoais ou contextos personalizados de uma pauta comum (BRÊTAS, 2017), como aconteceu na campanha #EuViviUmRelacionamentoAbusivo. A internet não só dá voz aqueles que eram silenciados como também possibilita a construção de identidades. De acordo com Garcez (2011), ao publicarem ideias e pontos de vista, esses discursos que antes não eram visibilizados geram processos de identificação, motivando a autoafirmação.

Para Bennett e Toft (2009), as histórias pessoais cumprem um papel central na formação dos laços que constituem as redes. O desenvolvimento de narrativas sobre as razões da ação contribui para as concepções de si dos participantes e localizam os atores em relação à ação, respondendo a questões como “quem eu sou? O que eu penso sobre esse protesto? O que eu faço? Com quem estou? Eu pertencço ao grupo deles? Quem são eles? Como eles agem? Por quê?”²¹ (BENNETT & TOFT, 2009, p. 250). Castells (2013) ressalta que a condição para que essas emoções individuais se encadeiem e formem um movimento é a existência de um processo comunicativo que propague as experiências de vida e os sentimentos a elas associadas. (LEAL, 2015, p. 9).

O digital viabiliza a possibilidade de construir narrativas coletivas, como colocado anteriormente através de Malini e Antoun (2013). Ao reunir os relatos e histórias pessoais, conecta pessoas criando uma rede de apoio e de mobilização.

Cada compartilhamento de uma vivência pessoal de assédio pode ser pensada como uma atitude micropolítica, que sai do plano individual para unir-se a uma vontade coletiva de transformação de uma cultura que oprime as mulheres e trata seus corpos como objeto e como propriedade pública. (LEAL, 2015, p. 10).

Bianca Bortolon e Marianne Malini (2016), apoiadas em Tilly (2008) sugerem que as várias formas possíveis de reivindicação coletivas ou de engajamento em uma disputa política são consideradas como performances. Essas performances criam repertórios, práticas de reivindicação coletiva, como greves e petições. Ao falarem de performances catárticas como método narrativo de liberação de emoções, as autoras lembram que a liberdade de expressão nos casos de violência contra a mulher ainda é bastante precária, os dados sobre as violências não representam a realidade, devido à subnotificação. Em função da cultura machista, as mulheres ainda são culpabilizadas quando violentadas o que dificulta os relatos. No entanto, ao pesquisarem sobre a campanha Eu Não Mereço Ser Estuprada, as autoras perceberam que através da rede de apoio criada no grupo no Facebook e na página da campanha, as mulheres puderam quebrar esse paradigma, mesmo aquelas que o fizeram de forma anônima.

Soloni Zenidarcy e Elissa Silva (2017) afirmam que a presença de ativistas na rede torna o ambiente propício para experiências compartilhadas, de empoderamento, de legitimação de discursos e de pautas frequentemente minimizadas ou ignoradas pela grande mídia, rompendo com o silêncio e em alguns momentos até influenciando a agenda da mídia tradicional.

A partir do texto de Carol Hanisch, publicado em 1969, Brêtas (2017) retoma a iniciativa de grupos feministas convidavam mulheres para se reunirem e falarem sobre suas vidas pessoais, essas reuniões eram chamadas de ações conectivas. Quando essas ações se transportam para as mídias digitais, elas ganham novas proporções

[...] que permitem que indivíduos se comuniquem com diversas pessoas simultaneamente através de uma dinâmica de troca de mensagens que se alarga no tempo. É também consequências do fato destas ações acontecerem no perfil pessoal dos usuários, que é um veículo midiático. Assim, ao mesmo tempo em que os debates acontecem, são também divulgados para outros possíveis participantes. (BRÊTAS, 2017, p. 7).

Bortolon e Malini (2015, p. 13) colocam que uma particularidade das mobilizações feministas que acontecem nesse período contemporâneo de 2013 pra cá, é a utilização de “relatos de vivência individual, indignação e esperança a fim de viralizá-los e possibilitar a criação de uma rede feminina de voz e apoio para mulheres.” Mais do que unir mulheres e visibilizar suas vivências, as campanhas feministas têm utilizado os relatos pessoais para legitimar a necessidade de transformação da cultura social onde a mulher é silenciada, subjugada e inferiorizada.

Com a celeridade da comunicação nos ambientes digitais, as mobilizações feministas se espalham rapidamente, vão se desenrolando e sendo apropriadas de diferentes formas, criando ações que tem potencial e particularidades distintas, mas visam um objetivo comum: igualdade econômica, social, política, racial e de gênero.

Desde 2015, tenho acompanhado as diversas campanhas feministas que se articulam em rede por meio de *hashtags*. Essa estratégia utilizada pelos grupos atualmente aproveitam a funcionalidade de agrupar em um mesmo ambiente as mensagens, o que favorece a visualização das narrativas em torno delas, sendo um recurso importante para espalhar ativismos, mensagens e ciberacontecimentos. Alguns exemplos: #HeForShe, #PrimeiroAssédio, #MeuAmigoSecreto, #NiUnaMenos, e recentemente #MeToo e #TimesUp. Passo agora a narrar alguns acontecimentos que fui acompanhando no decorrer do período de 2015-2018 para compreender e refletir sobre as lógicas e estratégias desenvolvidas por esses novos movimentos feministas.

Nos meses de janeiro e fevereiro de 2015, mulheres passaram a produzir narrativas entorno da gravidez e contra o aborto numa campanha que se espalhou pelas redes através da hashtag #DesafioContraOAborto. Nas publicações, mulheres postavam textos falando sobre maternidade e convidavam outras mulheres a se posicionar contra o aborto e a compartilhar fotos de suas gestações. A iniciativa começou com grupos religiosos, passou às associações de mães, chegando aos sites de redes sociais, adquirindo maiores proporções, o que potencializou uma discussão entorno da questão. Gerando um contraponto na campanha, Gabriela Moura – mulher, mãe e feminista, como a própria se descreve em seus perfis nos SRS – manifestou-se a favor da descriminalização do aborto, com base em experiências de outros países e nas suas próprias gestações. Sua declaração foi amplamente divulgada nos principais portais de notícias, dando voz e visibilidade ao sentimento de muitas outras mulheres que passaram a divulgar também sua posição favorável a descriminalização do aborto.

O tema aborto ganhou ainda mais visibilidade quando, o então presidente da Câmara dos Deputados, o deputado evangélico Eduardo Cunha, em uma de suas primeiras declarações no exercício do cargo, enfatizou que o projeto para descriminalização do aborto não seria votado “nem por cima de seu cadáver”. Na Câmara dos Deputados o aborto vem sendo debatido desde 1991, já teve um projeto de lei votado e arquivado, atualmente tem o projeto número 882/2015 protocolado em

março de 2015, pelo então deputado Jean Wyllys, que queria garantir às mulheres o direito de interromper a gravidez de forma segura e voluntária até a 12ª semana de gestação pelo SUS (Sistema único de Saúde), buscando regulamentar o aborto no país.

Em outubro de 2015, as mulheres se uniram contra o projeto de lei 5.069/13, proposto pelo deputado Eduardo Cunha, que dificultava o acesso a pílula anticoncepcional e o atendimento a vítimas de violência sexual, e teve relatório aprovado pela Comissão de Constituição e Justiça (CCJ). Em muitas cidades do país, as mulheres marcharam contra o projeto e contra o deputado, mobilizadas pela campanha *#ForaCunha* e *#MulheresContraCunha*, sendo o Facebook espaço de mobilização, conseguiram frear a votação do PL no plenário da Câmara.

Também em outubro, uma garota de 12 anos que participava de um programa de culinária para crianças de 9 a 13 anos foi assediada. Na estréia do *talent show* Masterchef Junior, em que 20 crianças disputavam o prêmio de melhor cozinheiro/a mirim do país, Valentina Schulz tornou-se alvo de comentários sexistas e depreciativos. No Twitter, o coletivo Think Olga, que debate e visibiliza pautas entorno das mulheres, deu início a campanha *#PrimeiroAssédio*, solicitando às mulheres que revelassem suas histórias de assédio na infância e adolescência. A campanha gerou debate e mobilização nos sites de redes sociais tendo a *hashtag* sido replicada mais de 100 mil vezes¹⁴, construindo um caso de ciberacometimento.

Ainda nesse mês, as mulheres viraram pauta no Exame Nacional do Ensino Médio, o ENEM, trouxe questões com trechos da obra de Simone de Beauvoir e pedia que alunos e alunas discorressem sobre a violência contra a mulher na redação, que tinha como tema “A persistência da violência contra a mulher na sociedade brasileira.” Esse acontecimento se espalhou pelos sites de redes sociais, sendo um dos temas mais comentados no Twitter.

Durante o mês de novembro de 2015, em meio a relatos de atitudes machistas cotidianas e impulsionadas pela campanha *#PrimeiroAssédio*, mulheres integrantes de um grupo feminista criaram a *hashtag* *#MeuAmigoSecreto*, inspiradas pela brincadeira de final de ano, convidavam mulheres e homens a relatarem comportamentos machistas de pessoas próximas. A *tag* movimentou a rede

¹⁴ Fonte: <<https://thinkolga.com/2015/12/18/uma-primavera-sem-fim/>> acesso em 16 fev. de 2018.

novamente e promoveu uma série de relatos, gerando disputa de sentidos, produzindo mais um ciberacontecimento.

Ainda em novembro, mulheres se uniram para ocupar espaços de homens escritores e jornalistas no projeto *#AgoraÉQueSãoElas* criado pela doutora em relações internacionais, Manoela Miklos, possibilitando que mulheres pudessem escrever sobre feminismo nos espaços de comunicação. A *hashtag* teve mais de 5 mil menções nos sites de redes sociais.

Em 2016, as mulheres continuaram debatendo e discutindo o machismo nos sites de redes sociais utilizando práticas e estratégias ciberativistas. Em fevereiro, jovens alunas do Colégio Anchieta, de Porto Alegre no Rio Grande do Sul, fizeram uma petição¹⁵ pedindo a liberação da escola para que elas pudessem usar shortinho. Na petição, as alunas questionaram o fato de serem impedidas de usarem a peça em dias quentes por “distráírem os meninos” e escreveram que isso reforça a ideia de responsabilidade da mulher em casos de assédio e estupros. As alunas, que tinham entre 13 e 17 anos, se uniram em protesto durante o intervalo para contestar as normas de vestuário da escola.

Em abril de 2016, a revista *Veja* publicou uma entrevista biográfica com a esposa do então vice-presidente Michel Temer, que tinha como título “Marcela Temer: bela, recatada e do lar”, ressaltando de forma positiva o comportamento adotado por Marcela, com adjetivos como discrição e delicadeza. A frase, no entanto, não foi bem recebida pelas mulheres que questionaram o modelo de mulher e de comportamento idealizado pela revista. Pelas redes, espalharam-se fotos de mulheres no bar, na política, em espaços públicos e em situações em que mulheres são criticadas pelos seus comportamentos, como bebendo cerveja.

No dia 25 de maio um vídeo publicado no Twitter com a legenda “amassaram a mina, entendeu ou não entendeu? Kkk” ganha repercussão, dando início a um longo debate sobre a cultura do estupro. No vídeo, aparece uma jovem nua, desacordada e com ferimentos, indicando a violência sofrida. Chamou a atenção o engajamento dos atores sociais em denunciar o caso ao Ministério Público do Rio de Janeiro, somando mais de 800 denúncias e mobilizando campanhas pedindo o fim da cultura do estupro com as *hashtags* *#PeloFimdaCulturaDoEstupro*, *#QueroUmDiaSemEstupro*, *#EstuproNuncaMais* e *#ACulpaNuncaÉDaVítima*. Foi uma campanha emblemática,

¹⁵Disponível em: <<https://www.change.org/p/col%C3%A9gio-anchieta-vai-ter-shortinho-sim>> acesso em 16 fev. 2018

que impulsionou o debate sobre as violências sofridas pelas mulheres, abordando especialmente a cultura do estupro e o machismo enraizado na sociedade, buscando conscientizar homens e mulheres.

Em junho de 2015 novamente mulheres se uniram em marcha em várias cidades da Argentina após o assassinato de Chiara Arroyo, jovem de 14 anos que estava grávida e foi morta pelo namorado, no dia 11 de abril daquele ano. A indignação da população argentina se deu em função dessa e de outras mortes de mulheres no país. A campanha *#NiUnaMenos* se espalhou por toda a Argentina, tendo apoio de países vizinhos como Uruguai e Chile chegando a mais de 220 mil publicações no Twitter¹⁶. Em 2016, no entanto, a mobilização ganhou visibilidade mundial após mais um assassinato violento, dessa vez a vítima Lúcia Perez, uma jovem de 16 anos, foi drogada, estuprada e teve seu corpo empalado pelos criminosos. As mulheres argentinas saíram em marcha, vestidas de preto simbolizando o luto por mais um feminicídio no país. De acordo com dados do primeiro relatório da Suprema Corte de Justiça da Argentina, no ano de 2015, 205 mulheres foram mortas pela violência de gênero, isso representa uma mulher morta a cada 36 horas no país. Outros países da América Latina como México, Uruguai, Chile e Bolívia também marcharam contra o feminicídio. No Brasil, a *hashtag* também foi apropriada e espalhada por coletivos feministas em solidariedade às mulheres argentinas, mobilizando protestos no país também.

Pulemos para 2017, o ano em que surgiram várias campanhas para debater e denunciar relacionamentos abusivos e casos de assédio, nas mais diversas instâncias da sociedade como no transporte público, na TV e no cinema, no esporte. Em março de 2017, a figurinista Su Tonani denuncia os assédios sofridos pelo ator José Mayer, da Rede Globo, no blog *#AgoraÉQueSãoElas* do jornal Folha de São Paulo¹⁷. O caso já havia sido denunciado de forma anônima na coluna do Leo Dias, blogueiro famoso por divulgar informações sobre celebridades. No dia 4 de abril, um grupo de pelo menos 100 atrizes da maior emissora do país se mobilizou em uma campanha contra o assédio. Utilizando camisetas brancas com a frase estampada “Mexeu com uma, mexeu com todas”, as mulheres publicaram imagens e textos em seus perfis nos sites

¹⁶Fonte:<https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/28/internacional/1432824490_226268.html> acesso 16 fev.2018.

¹⁷Fonte:<<http://agoraquesaoelas.blogfolha.uol.com.br/2017/03/31/jose-mayer-me-assediou/>> Acesso em 18 fev.2018.

de redes sociais utilizando a *tag* *#MexeuComUmaMexeuComTodas*, em apoio a colega. A Rede Globo afastou o ator por tempo indeterminado. Su Tonani acabou desistindo do processo contra José Mayer, segundo carta publicada no mesmo blog onde fez a denúncia em função da dimensão alcançada pela denúncia¹⁸.

O *reality show* Big Brother Brasil é um programa de entretenimento, em que um determinado número de pessoas de todo o país são confinadas em uma casa tomada por câmeras num período médio de três meses. A versão brasileira, já está na sua 19ª edição e é um dos programas de maior audiência da Rede Globo. Quando está no ar, o programa por si só já ganha inúmeras pautas jornalísticas contando detalhes dos participantes e acontecimentos da chamada “casa mais vigiada do Brasil”. No entanto a edição de 2017, ocorrida entre os meses de janeiro e abril do mesmo ano, ganhou os noticiários por televisionar para todo o país o relacionamento abusivo vivido pelos participantes Marcos Harter e Emilly Araújo. O relacionamento ficou marcado pelas inúmeras discussões entre os dois, a última delas aconteceu na madrugada do dia 9 de abril, após uma festa, que se acentuou quando o participante encurralou Emilly em um canto da cozinha, gritando e apontando o dedo no rosto da jovem. Nos dias que antecederam a briga, Emilly reclamou várias vezes da postura agressiva do então companheiro, dizendo que ele havia apertado seu pulso, braço e lhe dado um beliscão.

O caso levantou e impulsionou debates nas redes sociais e culminou na expulsão de Marcos no dia 10 de abril, depois de uma série de ações pedindo para que o participante fosse expulso, como as *tags* *#MarcosExpulso*, *#GloboApoiaViolência* e da presença da delegacia da mulher de Jacarepaguá na casa para conversar com os dois participantes¹⁹. De acordo com o apresentador do programa, Tiago Leifert, a decisão pela expulsão foi baseada nas regras do reality, que proíbem agressão física, e nas investigações da Polícia Civil do Rio de Janeiro. Das discussões que mobilizaram a rede, a hashtag *#EuViviUmRelacionamentoAbusivo* teve grande visibilidade no Twitter, ficando nos *Trending Topics* do site durante todo o dia 11 de

¹⁸ Fonte: <<http://agoraequeseoelas.blogfolha.uol.com.br/2017/05/05/me-deixem-deixar-de-ser-vitima-me-deixem-voltar-a-se-eu/>> acesso em 18 fev.2018.

¹⁹Fonte: <https://extra.globo.com/tv-e-lazer/bbb/bbb-17-delegada-determina-investigacao-de-briga-entre-marcos-emilly-violencia-domestica-21186998.html?utm_source=Twitter&utm_medium=Social&utm_campaign=Extra> Acesso em 20/05/17

abril. Pela *tag*, é possível visualizar milhares de relatos de agressões e abusos vividos pelas mulheres de todo o país.

Em outubro de 2017, após uma série de denúncias envolvendo o produtor de Hollywood Harvey Weinstein, uma grande campanha online contra o assédio circulou nos sites de redes sociais. No dia 15 de outubro, a hashtag *#Metoo* – eu também, em tradução do inglês – foi iniciada pela atriz Alyssa Milano, que pedia as mulheres para que relatassem suas experiências de assédio e violência. Só no domingo, dia da publicação de Alyssa, a *hashtag* foi usada mais de 100 mil vezes, de acordo com a empresa de monitoramento Crimson Hexagon. A campanha se espalhou por todas as instâncias da sociedade revelando assédios no entretenimento, na TV, cinema e esporte, atingindo celebridades e pessoas comuns.

A 75^a cerimônia do Globo de Ouro, uma das mais importantes premiações da indústria do entretenimento, que aconteceu no dia 7 de janeiro de 2018, ficou marcada pelos protestos de mulheres contra o assédio e a desigualdade de gênero na indústria do cinema. Na premiação, quase todas as convidadas vestiram preto, em repúdio aos casos de assédios envolvendo grandes nomes de Hollywood – cujo estopim foram as denúncias feitas contra Harvey Weinstein. Nesse contexto, surge a campanha “Time’s Up” – em tradução literal, “O Tempo Acabou” – lançada no dia 1^o de janeiro de 2018, por meio de uma carta aberta, assinada por cerca de 300 atrizes, roteiristas, diretoras, produtoras, executivas e agentes, publicada no site oficial da campanha²⁰ e nos jornais The New York Times e La Opinion. Além da manifestação no Globo de Ouro, a campanha criou um fundo²¹ de apoio às vítimas de assédio que não tem suporte financeiro e emocional para denunciar seus abusadores. O movimento ainda busca propor leis para penalizar empresas que sejam complacentes com o assédio e estimular o aumento do número de mulheres em cargos de liderança. A campanha gerou mobilização e conversação nos sites de redes sociais, tornando-se um caso de cibercontecimento constituído em prol de causas e pautas feministas.

Todas essas campanhas fortalecem o movimento feminista no Brasil e reiteram os discursos de que as mulheres não vão mais se calar diante de situações onde elas estejam sendo violentadas e oprimidas. Seja no espaço público, na escola, em casa,

²⁰ Site: <https://www.timesupnow.com/> Acesso em: 27 mar.2018

²¹ Nos primeiros 60 dias da campanha mais de 21 milhões de dólares foram arrecadados. Fonte: <http://www.hugogloss.com/index.php/oscar/times-nao-vai-exigir-look-preto-de-atrizes-no-tapete-vermelho-oscar/> Acesso em: 27 mar. 2018

no trabalho, na indústria da música, do cinema e da televisão, no esporte ou onde quer que seja elas não silenciarão. Uma rede de afeto e solidariedade tem crescido e mobilizado mulheres, coletivos feministas têm ajudado a difundir informações e promover debates pela igualdade de gênero, desconstruindo aquilo que se entende por papéis de gênero, confrontando relações e padrões na busca por um mundo mais justo e equilibrado.

Atualmente vivemos um momento em que é possível criar estratégias de organização coletiva com capacidade de cooperação, engajamento e compartilhamento facilitados pelas mídias digitais. Nesse sentido, o movimento feminista tem aproveitado as dinâmicas digitais para produzir mudanças culturais e sociais importantes ao incluir debates e ativismos na sociedade, produzindo e disseminando conhecimento, informação e desenvolvendo ações coletivas próprias, utilizando as ferramentas de comunicação e estratégias de mobilização em rede que ampliam os debates para além dos movimentos sociais, atingindo e engajando pessoas diversas que se identifiquem com as pautas. Os feminismos produzem saberes e ao disputarem espaços comunicacionais geram informação e ações que tentam de alguma forma transformar a sociedade.

3.3 PROCESSOS DE COMUNICAÇÃO EM REDE

Sites de redes sociais funcionam hoje como plataformas de comunicação e sociabilidade online. Nestes espaços, a comunicação se torna muito mais pública e rastreável (RECUERO, 2009), um banco de dados que armazena tudo aquilo que fazemos nestes espaços. Simone Pereira de Sá e Beatriz Polivanov (2012, p. 575) trazem a definição de sites de redes sociais a partir de Boyd e Ellison (2007) como espaços na web que possibilitam aos indivíduos: (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema restrito, (2) articularem uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão e (3) olharem e cruzarem sua lista de conexões e aquelas feitas por outros dentro do sistema.

Formados por nós e atores sociais, os sites de redes sociais possibilitam que as pessoas se conectem umas as outras e compartilhem sua vida, pensamentos e atividades. Na internet, praticamente todas e todos, sejam eles pessoas, jornais, animais de estimação ou comércio, têm um perfil em algum site de rede social. Habitando esse ambiente, os coletivos midiáticos funcionam como espaços de

comunicação que disputam território com a mídia de massa que procuram produzir e circular conteúdo de forma independente.

Segundo Recuero (2009) os sites de redes sociais são formados e construídos pela representação dos atores, são espaços de interação funcionando como forma de expressar parte da personalidade ou individualidade do ator. Os SRS são consequências das apropriações dos atores sociais das ferramentas de comunicação. Ainda que os sites de redes sociais funcionem como suporte para as conexões, sem os atores sociais são apenas sistemas, plataformas. (RECUERO, 2009).

As práticas de conversação mediadas pelo computador hoje acontecem por meio, principalmente, dos celulares como citado anteriormente. São práticas decorrentes da apropriação dos meios digitais pelos atores. Recuero (2014) define conversação em rede como conversações que acontecem entre os milhares de atores que estão conectados, dividindo, negociando e desenvolvendo contextos de conversação, formando laços sociais, compartilhando e espalhando informação. Mais do que aspectos técnicos, envolvem uma gama de aspectos sociais e culturais.

Através das conexões estabelecidas entre os atores e das dinâmicas dos sites de redes sociais a informação tem sua capacidade de espalhamento e circulação potencializados. Nessa perspectiva, os ciberacontecimentos (HENN, 2014), são acontecimentos tramados em sites de redes sociais que, com as novas possibilidades tecnológicas alteram os modos até então conhecidos de constituição do acontecimento.

Henn (2014) percebe os acontecimentos como singularidades que geram rupturas, transformações e produção de sentido, compreendida, também, como semiose. Segundo a Teoria Geral dos Signos de Peirce (2002), semiose é a ação do signo, que ao ser interpretado, torna-se outro signo (SANTAELLA, 1992, p. 46). Trata-se de um processo potencialmente interminável: um signo gera outro signo que gera outro, e assim sucessivamente. Esse processo acontece em função dos interpretantes que adicionam, esses signos, outros sentidos (HERMES, 2013; HENN, 2012).

É a partir da relação entre signo, objeto e interpretante que Henn (2012) compreende os processos jornalísticos como materializações de semioses, entendendo o objeto semiótico como o acontecimento, que ao ser transformado em narrativa jornalística e narrado por atores sociais, torna-se signo. Com os sites de redes sociais, os atores sociais ganham maior protagonismo nas semioses que

emergem de um acontecimento, modificando algumas dessas processualidades. (HENN, OLIVEIRA, 2015).

A constituição dos ciberacontecimentos passa por no mínimo três momentos: os processos transnarrativos e hipermidiáticos, construídas pelos atores sociais, a reverberação ou espalhamento, que constrói novas narrativas em torno de um determinado acontecimento e o surgimento de outras formas de acontecer que vão delineando em cenários de conexões altamente complexas (HENN, 2014, p.17). Os processos transnarrativos, a partir da convergência (JENKINS, 2009) possibilitam desdobramentos diversos, permitindo que os meios interajam entre si; por exemplo, um livro que tem sua história transformada em novela veiculada na TV e que ganha narrativas complementares em aplicativos, como a novela *Orgulho e Paixão* da Rede Globo. Já com a hipermídia, os meios se misturam. A reverberação ou espalhamento se dá a partir da circulação que determinado conteúdo desenvolve na rede através dos atores sociais, ganhando visibilidade (RECUERO, 2008) e se legitimando através de sistemas complexos que motorizam pautas jornalísticas, construindo, assim os ciberacontecimentos (HENN, 2014).

A partir disso, é possível pensar o ciberacontecimento como produto das redes sociais digitais, das atividades dos atores sociais que dela fazem parte, das diversas dinâmicas que vêm transformando a sociedade e o jornalismo. Dentro dessas novas dinâmicas, a recirculação jornalística (Gabriela ZAGO, 2010; 2013), de certo modo, complementa o processo do ciberacontecimento. Ela é uma forma dos atores se envolverem no processo jornalístico contribuindo para o espalhamento das informações: ao comentar a notícia os atores fazem com que o acontecimento recircule e ganhe ainda mais visibilidade. Enquanto o ciberacontecimento é um acontecimento que tem origem nos sites de redes sociais e é apropriado pelo jornalismo pautando notícias, a recirculação é o processo inverso onde os atores comentam e compartilham um acontecimento, uma notícia, mobilizando a rede e fazendo recircular o conteúdo/notícia por meio do espalhamento (JENKINS, FORD, GREEN, 2014). Assim como nem todos os acontecimentos em rede são ciberacontecimentos, nem sempre ocorrerá a recirculação, pois “há notícias que são lidas e esquecidas, e outras que serão lembradas, tuitadas, retuitadas e comentadas por dias a fio em sites de redes sociais” (ZAGO, 2013, p. 225).

De acordo com Primo (2013), a circulação midiática, entre as décadas de 1960 e 1980, estava disponível apenas àqueles que tinham como subsidiar os caros meios

de produção, hoje com as novas tecnologias de comunicação, a liberdade de expressão pode ser maximizada por meio das mídias digitais. Com a era digital, o desejo de mudança dos movimentos sociais em rede, expressos através dos ciberativismos e as possibilidades que as novas tecnologias disponibilizam cada vez mais pessoas se sentem à vontade para produzir informação e conteúdo. Distribuídos em inúmeros formatos, dando oportunidade de fala àqueles que não tinham sua voz ouvida (GILLMOR, 2005, apud MALINI, ANTOUN, 2013), esses processos vão transformar dinâmicas do jornalismo, pois uso da internet, das mídias digitais, potencializa o exercício da liberdade de expressão, que com possibilidades de espalhamento toma proporções imensuráveis (PERUZZO, 2013). Castells (2013) complementa essa ideia dizendo que pessoas motivadas emocionalmente e conectadas em rede transformam-se em atores coletivos conscientes, isso possibilita que mudanças sociais aconteçam.

O jornalismo, além de funcionar como mediador, ou seja, transformando os acontecimentos em narrativas, organizando e hierarquizando os acontecimentos com enquadramentos diversos, é também um conhecimento social e cultural que produz saberes que norteiam a cultura se alimentando dela num processo cíclico. Nesse sentido, jornalismo produz e circula discursos hegemônicos que estão atrelados as instâncias de poder e saber que dominam a sociedade. (VEIGA DA SILVA, FONSECA, 2011)

Em geral, a produção da notícia inicia pela produção da pauta, passa pela apuração e checagem dos acontecimentos, redação, edição e circulação. Entretanto com os sites de redes sociais, através da interatividade, o processo não encerra mais na circulação das notícias. O leitor agora também tem a possibilidade de narrar os sentidos interpretados a partir de uma notícia, sendo essas manifestações das mais diversas ordens: os ciberacontecimentos (HENN, 2014) e a recirculação jornalística (ZAGO, 2013) apontam para algumas das possibilidades que emergem desses processos.

Em função disso, o jornalismo vive o que chama Henn e Oliveira (2015, p. 5) de crise sistêmica, que na perspectiva dos autores é:

uma flutuação intensa, provocada por novos modos de conectividade que transformam os processos como um todo. Mas quando ultrapassam os parâmetros críticos, amplificam as flutuações, gerando crises que obrigam o sistema a avançar. Alguns sistemas podem sucumbir. Ao vencerem uma

crise, porém, ressurgem reorganizados, reestruturados, e talvez com a identidade modificada.

Dessa crise, os autores refletem sobre a possibilidade de o jornalismo assumir seu papel de mediador, reavaliando suas práticas e lógicas para então ressurgir transformado. A apropriação dos atores têm tido impacto no jornalismo, na medida em que ganham voz nos processos de produção e circulação dos conteúdos, antes restritos apenas a redação e aos jornalistas, o leitor passa a fazer parte, em alguma medida, no processo de produção. (AQUINO BITTENCOURT, 2015).

3.4 COLETIVOS MIDIÁTICOS: UMA PROPOSTA DE COMUNICAÇÃO INDEPENDENTE

Coletivos midiáticos são grupos de pessoas que por meio dos sites de redes sociais, plataformas, dispositivos móveis e de comunicação, produzem e fazem circular conteúdos de forma independente da mídia massiva (AQUINO BITTENCOURT, 2016). Esses coletivos se utilizam das tecnologias da comunicação, da cultura da participação e da convergência (JENKINS, 2009) para desenvolverem suas atividades, e em muitas situações, atuam de forma ciberativista, como nos casos de coletivos feministas que se apropriam das dinâmicas da rede para informar, debater e visibilizar pautas feministas. De acordo com Maria Clara Aquino Bittencourt (2014, p. 52),

Estes coletivos não se limitam a cobrir os acontecimentos sobre os protestos em diferentes cidades, mas também atuam de forma crítica, questionando a mídia de massa e lutando pela democratização da comunicação. Nesses espaços, a colaboração serve de base para a produção de conteúdo e a diversidade de formatos aponta para um processo de convergência, através do qual percebe-se transformações significativas sobre a circulação midiática no âmbito dos movimentos.

Novas plataformas abrem espaço para que transformações culturais, sociais, políticas e mercadológicas aconteçam, além de democratizar os espaços. A circulação de conteúdo cria valor e significado nas diversas economias que constroem a cena da mídia que vem se formando. Se o conteúdo não se espalha, ele está morto. O espalhamento²² se dá no momento em que há “potencial – técnico e cultural –” que

²² Em *Spreadable Media* o termo *spreadability* em tradução literal quer dizer espalhabilidade, no entanto, na versão traduzida para o português, Cultura da Conexão, aparece como propagabilidade.

possibilita que as pessoas compartilhem conteúdo por motivos próprios, fazendo circular este conteúdo por meio da interação entre as pessoas. A lógica da participação e do espalhamento faz com que o público use o conteúdo enquanto se apropriam dele e não há como controlar essa atividade. (JENKINS, FORD, GREEN, 2014, p.26).

A busca por reconfigurar práticas colaborativas e democráticas se dá na atuação dos coletivos midiáticos, que se orientam em torno do questionamento e da cobrança em cima da mídia de massa. Procurando contribuir para uma comunicação mais democrática, os coletivos além de disseminar conteúdos, incentivam o diálogo e a participação dos cidadãos nos processos de produção, circulação e consumo de informações.

Com a internet, os processos de produção, circulação e consumo de informações fazem com que os coletivos e a mídia de massa disputem pela audiência que está em diferentes espaços de publicação, aumentando e diluindo o fluxo dessas mídias. A partir das apropriações da última década, é possível observar que as práticas colaborativas coexistindo com as mídias de massa modificam os processos de produção, circulação e consumo de conteúdos, direcionando para um modelo híbrido de circulação. (AQUINO BITTENCOURT, 2014). Os coletivos possibilitam maior independência e oportunidades nos processos de produção e circulação, entretanto, Aquino e Gonzatti (2018) sinalizam que isso não impede que práticas de modelos unilaterais, não sejam reproduzidas, levando em consideração que esses novos processos estão em desenvolvimento.

As condições atuais de produção e circulação rompem com o domínio das mídias hegemônicas (MALDONADO, 2013), que vem perdendo espaço em função das práticas colaborativas alicerçadas em participação e compartilhamento. Isso transforma o ambiente midiático que agora, por meio dos dispositivos digitais, passa a ter mais atores moldando os processos de produção e circulação de conteúdo. Um exemplo de como coletivos midiáticos podem mobilizar o debate em rede foi a ação do coletivo midiático Think Olga em torno do caso da jovem Valentina, que foi assediada enquanto participava do programa Masterchef Junior. Por meio da *#PrimeiroAssédio*, o debate sobre assédios durante a infância e adolescência vivenciados pelas mulheres ganhou visibilidade, configurando-se num

Embora para o desenvolvimento do trabalho tenha utilizado a versão traduzida, optei pelo uso da tradução literal: espalhabilidade.

ciberacontecimento da ordem dos protestos virtuais, mobilizando a rede e a sociedade como um todo. Esse protesto virtual fortaleceu o movimento feminista, porque faz com que o debate em torno da igualdade entre homens e mulheres, se mantivesse no fluxo das redes, dando visibilidade também ao feminismo digital.

No contexto da comunicação e informação houve grandes mudanças, hoje a sociedade tem a sua disposição diversidade de fontes, dados, registros audiovisuais, que fazem com que as mídias de massa modifiquem e aprimorem suas coberturas. Com essa diversidade de fontes, de pessoas e de coletivos produzindo conteúdo, os meios tradicionais perderam espaço e exclusividade para informar, indicando uma transformação cultural significativa num curto período de tempo. Ainda que no campo econômico e político os meios massivos continuem tendo controle nos espaços tradicionais, ignorando as transformações em sociais em curso, as mudanças nos processos de produção e circulação dos conteúdos mostram que não será nada fácil para as lógicas hegemônicas. (MALDONADO, 2013)

Na perspectiva de Sousa Santos (2006), os coletivos midiáticos são uma forma de globalização contra-hegemônica, por ser uma iniciativa que abre espaço para a participação democrática, desenvolvendo conhecimento e funcionando como uma forma de inclusão social. São espaços destinados a atuar de forma desvinculada da mídia de massa, produzindo informação e conteúdo com lógicas de convergência em nível técnico, social e cultural (AQUINO BITTENCOURT, 2016), visibilizando causas e questões ignoradas e, por vezes, tratadas como marginais pela mídia de massa.

Os coletivos midiáticos, nessa perspectiva, utilizando as dinâmicas das mídias digitais, organizam-se para criar conteúdos e estratégias para visibilizá-los inventando e/ou fortalecendo novos formatos, produzindo informação, comunicação e ativismo na busca por uma comunicação mais democrática, onde outras vozes, que não as comumente utilizadas pela mídia de massa, sejam ouvidas, que causam silenciadas ganhem notoriedade e espaço. Os coletivos midiáticos não visam lucro, o que não veda opções de contribuição ou financiamento para a realização das atividades do coletivo. (AQUINO BITTENCOURT, GONZATTI, 2018).

A partir de Recuero (2009b), Aquino Bittencourt (2015) reafirma essa ideia de que com os sites de redes sociais funcionam como espaços de circulação de informação, temas que não ganham espaço no *mainstream* jornalístico acabam ganhando espaço para debate e difusão de informação nos SRS, muitas vezes fazendo o jornalismo a pautar tais debates. No entanto, a autora problematiza a

necessidade de levar em consideração que no Facebook existe uma tentativa de controle de tráfego e de centralização do fluxo de conteúdo em função dos filtros de personalização (as bolhas), e que isso não só afeta o jornalismo digital como os coletivos, dificultando a visibilidade destes em função das limitações colocadas pelo site. “As barreiras impostas por limites e configurações de privacidade, por exemplo, impedem que os dados circulem de forma mais livre e acessível do que em sistemas que não impõem esquemas de limitação de visibilidade de conteúdos.” (AQUINO BITTENCOURT, GONZATTI, 2018, p. 65). No início deste ano, o Facebook alterou seu algoritmo²³ para priorizar publicação de familiares e amigos no *feed* de notícias, ou seja, diminuindo o alcance de coletivos e páginas que não tem dinheiro para investir em anúncios pagos, favorecendo os grandes veículos de jornalismo, aumentando a desigualdade entre as diferentes mídias. Nesse sentido os coletivos e páginas passam a ter que criar novas estratégias para circular os conteúdos produzidos.

3.5 PRÁTICAS DE COMUNICAÇÃO EM REDE SOB O OLHAR DA CIDADANIA

A participação da sociedade pela melhoria da vida das pessoas converte-se na própria mobilização da cidadania (PERUZZO, 2013). Ao perceber-se que os coletivos midiáticos e suas ações se propõem a uma prática colaborativa e cidadã é interessante trazer para o texto os conceitos de cidadania.

De acordo com Adela Cortina (2005), o conceito de cidadania tem longa trajetória. Na sua origem dupla raiz: grega e latina, a primeira mais política a segundo mais jurídica. Para a autora é difícil definir cidadania, já que o conceito surgiu há mais de 24 séculos e vem se atualizando. Contudo, ela coloca que é possível pensar a cidadania como um conjunto de direitos, um conjunto de responsabilidades e também parte da identidade através do sentimento de pertença. A autora explica:

A civilidade não surge nem se desenvolve se não produz sintonia entre os atores sociais que entram em jogo, entre a sociedade correspondente e cada um de seus membros. A sociedade deve organizar de forma a conseguir gerar em cada um de seus membros o sentimento de que pertence a ela, de que essa sociedade se preocupa com ele e, sendo assim, vale a pena trabalhar para mantê-la e melhorá-la. Reconhecimento da sociedade por seus membros e conseqüente adesão por parte destes aos projetos comuns são o que compõe o conceito de cidadania que constitui a razão de ser da civilidade. (CORTINA, 2005, p. 21).

²³ Ver mais em: <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104380170714571> Acesso em 12 maio 2018.

Para que ocorra a civilidade e a cidadania é preciso que os indivíduos de uma sociedade se sintam pertencentes aquele espaço/grupo, e assim sintam-se motivados e empenhados a cuidar daquele espaço. Segundo Cortina (2005), a sociedade precisa ser justa para que os seus membros percebam sua legitimidade. Thays Teixeira (2017, p.4) coloca que “o conceito de cidadania tem um caráter histórico, e que vem sendo construído e desconstruído ao longo dos séculos”. É algo complexo que engloba concepções políticas, sociais, culturais, comunicativas.

A ideia de que o cidadão é membro de uma comunidade política, que participa ativamente nela, nasce da democracia ateniense nos séculos V e IV a.C., por isso muitas vezes a noção de cidadania é associada ao espaço político, entretanto, não se pode ignorar a dimensão econômica, social e civil. (CORTINA, 2005). A cidadania contempla dimensões políticas, jurídicas, sociais, econômica, civil cultural, ou seja, a cidadania é um conjunto de processos e práticas nos contextos diversos da sociedade.

Para Cortina (2005) é responsabilidade do Estado propiciar um ambiente público e autônomo, onde possa se estabelecer o diálogo entre os diferentes grupos culturais e sociais. Através da capacidade de convivência e de participação é que se constrói uma sociedade justa onde todos os cidadãos podem se desenvolver. Construir uma cidadania cosmopolita, na perspectiva de Cortina (2005), seria transformar os seres humanos em comunidade, não no sentido de estabelecer relações uns com os outros, mas por que o cria uma comunidade é ter uma causa comum. Mais importante que o sentimento de pertença por questões territoriais, é buscar realizar um projeto em parceria, de forma livre e conjunta, para a autora é isso que cria a comunidade.

Nesse contexto, a cidadania comunicativa acontece quando todos os cidadãos exercem seu direito de comunicação, reconhecendo que comunicar não é direito apenas dos meios massivos. Meios alternativos de comunicação que criam condições de visibilizar questões da sociedade favorecem o exercício da cidadania comunicativa, pois buscam desnaturalizar os modos de produção e circulação impostos pelos meios massivos. A cidadania comunicativa envolve o desenvolvimento de práticas que possibilitem seu exercício e expansão (MONJE et al., 2009).

Para os autores, cidadania comunicativa articula de forma indissociável discurso e prática, ganhando sentido político e validade teórica nos estudos de comunicação porque contribui para entender de que modo e até que ponto a

apropriação dos recursos de expressão pública por parte do Estado limitam a condição e o exercício da comunicação cidadã e democrática.

Ancorados no pensamento de Mata (2008), os autores percebem que a cidadania comunicativa circunda as dimensões sociais e culturais que estão associadas aos valores da igualdade de oportunidades, qualidade de vida, solidariedade. Para eles, ela está ligada com os referenciais de identidade, reivindicações mais gerais de igualdade e o reconhecimento das diferenças. Os autores categorizam a cidadania comunicativa em: cidadania comunicativa formal; cidadania comunicativa reconhecida; cidadania comunicativa exercida e cidadania comunicativa ideal. Explicitando:

La ciudadanía comunicativa formal representada por el conjunto de derechos específicos consagrados jurídicamente. La ciudadanía comunicativa reconocida, es decir, el conocimiento que los individuos tienen de esos derechos como inherentes a su condición de integrante de una comunidad determinada. La ciudadanía comunicativa ejercida, manifestada en las prácticas sociales reivindicativas de derechos, en pos de su vigencia y/o ampliación. Y, finalmente, la ciudadanía comunicativa ideal, aquella que desde postulaciones teórico-políticas y de expectativas de transformación social, se plantea como utopía o meta alcanzable en vinculación con los procesos de democratización de las sociedades. (MONJE et al., 2009, p. 187).

A partir disso, cidadania comunicativa é o conjunto de direitos conferidos aos integrantes de uma comunidade determinada que através dos espaços de comunicação desenvolvem práticas sociais de reivindicação, na busca por uma sociedade mais justa e democrática.

Peruzzo (2012) entende a comunicação como parte constitutiva e constituinte das práticas sociais voltadas para a ampliação da cidadania. A cibercultura e o ciberespaço propiciam que a comunicação comunitária e o desenvolvimento participativo aconteçam. Para a autora, a comunicação funciona como elemento organizador, sendo as comunidades virtuais espaços de comunicação cidadã. A cibercultura propicia melhor organização dos movimentos sociais, qualificando práticas cidadãs e dando voz aqueles que antes ficavam invisibilizados.

De acordo com Maldonado (2013), nos comunicamos por necessidade vital, cultural, política, científica e espiritual. Os sujeitos em comunicação se relacionam com os processos midiáticos produzindo sentido de maneira fluida e caótica. Para o autor:

Os sujeitos em comunicação hoje, são seres sociais que vivem e experimentam suas práticas de sentido em contextos múltiplos, em diversas esferas (técnicas, sociais, semióticas, psíquicas) e em múltiplas dimensionalidades, nesse sentido são elucidativas as experiências de vida no espaço digital. (MALDONADO, 2013, p. 90).

No ciberespaço e com as dinâmicas digitais é possível realizar diversas atividades, fluindo pelos vários ambientes de forma simultânea, estabelecendo relações com várias pessoas e comunidades, permitindo inúmeras possibilidades de experimentação e criação, desenvolvendo sociabilidades, inteligência e capacidade de expressão (MALDONADO, 2013).

Para a cibercultura, na concepção de Pierre Lévy (1999), o importante é o compartilhamento de saberes, e os processos abertos de aprendizagem cooperativa. Nesse contexto, os coletivos midiáticos desenvolvem uma inteligência coletiva, pois trabalham de forma cooperativa para democratizar a comunicação e por meio das práticas adotadas qualificam as práticas cidadãs, possibilitando a cidadania comunicativa pensada por Monje et al. (2009).

Ao ocuparem o ciberespaço e se apropriarem das ferramentas de comunicação disponíveis, os movimentos sociais têm desenvolvido ciberativismos e visibilizando causas que antes não tinham espaço para o debate. Márcia Veiga da Silva e Virgínia Fonseca (2011) falam da importância de uma comunicação com papel social, democrática interessada em ampliar as vozes que constituem os discursos comunicacionais na tentativa de colaborar para transformações sociais e culturais.

Partindo dessa ideia, acredito que os coletivos midiáticos têm tentado seguir essa lógica, pautados pela convergência (JENKINS, 2009) e pelo espalhamento (JENKINS *et al.*, 2014), levantando debates importantes na sociedade, produzindo e fazendo circular conteúdos em torno de pautas específicas, como o movimento feminista. Na busca por construir uma comunicação mais democrática, cooperativa e participativa, os coletivos incentivam o diálogo e a participação das pessoas nos processos de elaboração e circulação dos conteúdos, se propondo a uma prática colaborativa e cidadã. Os coletivos midiáticos além de estarem transformando as práticas de comunicação colaborativa e participativa, estão também implicando em mudanças nas práticas jornalísticas, por utilizarem as lógicas das redes digitais, fazendo do espaço digital um meio de comunicação voltando-se para a prática cidadã e para uma comunicação democrática, ampliando vozes e dando protagonismo a outras causas como uma nova forma de cultura política.

3 METODOLOGIA

De acordo com Jiani Bonin (2010), a metodologia é o que norteia, em todos os níveis, os processos da construção da pesquisa. É o que orienta os fazeres, experimentações e procedimentos que vão dando forma ao objeto de estudo. Partindo disso, para responder ao questionamento do projeto, foi necessário um estudo bibliográfico, que conforme Stumpf (2011) é um planejamento inicial de qualquer pesquisa que identifica, localiza e obtém as leituras indicadas ao tema de estudo. Bonin (2010, p.7), percebe no que ela designa como “pesquisa da pesquisa” como parte importante do processo de pesquisa porque coloca o pesquisador em contato com a produção já existente para que se possa “avançar *com e a partir* deles”. Maldonado (2011) complementa com a ideia de que a pesquisa teórica não deve se voltar apenas à revisão bibliográfica, mas a problematização constante entre os conceitos e a questão da pesquisa que está sendo desenvolvida, é uma tentativa que empreender nessa pesquisa.

Percebo a construção e o desenvolvimento metodológico como um conjunto de tomada de decisões que modificam os rumos da pesquisa, tendo em vista que estas decisões devem ser questionadas e refletidas, não sendo um processo estável e definido, é um processo em constante reflexão, reformulação e atualização.

Em um primeiro momento, para situar o campo e as pesquisas desenvolvidas relacionadas ao tema do projeto realizei buscas nos periódicos da Capes, nos anais dos eventos voltados a pesquisa em comunicação e nos repositórios das universidades Unisinos, UFRGS e revistas científicas a partir das palavras chaves: feminismo, ciberativismo, jornalismo.

Após a pesquisa teórica, desenvolvi uma pesquisa exploratória, que de acordo com Gil (1999, p.) é “[...] visão geral, de tipo aproximativo, acerca de um determinado fato”, com objetivo de mapear os coletivos feministas e analisar de forma preliminar suas lógicas de produção e circulação de conteúdo, para definir aqueles que fariam parte do corpus da pesquisa.

Em pesquisa exploratória realizada em julho de 2017, através da aba para pesquisar no Facebook foi possível rastrear coletivos a partir da palavra chave feminismo, por meio de suas páginas no Facebook e rede de contatos, fui

identificando outros coletivos. Em um movimento inicial, mapeei 18 coletivos feministas que se dedicam a produzir e espalhar conteúdo para informar e empoderar mulheres no Facebook.

Quadro 1 – Coletivos feministas e suas redes

Coletivo	Facebook	Twitter	Instagram	Site
Think Olga	https://www.facebook.com/thinkolga/?fref=ts 172.135 pessoas curtiram 171.617 pessoas seguem	https://twitter.com/thinkolga 104 mil seguidores	https://www.instagram.com/thinkolga/ 42,4 k seguidores	http://thinkolga.com/
Não me Kahlo	https://www.facebook.com/Naokahlo/?fref=ts 1.243.303 pessoas curtiram 1.237.635 pessoas seguem	https://twitter.com/NaoKahlo 83,5 mil seguidores	https://www.instagram.com/naokahlo/ 45,7 mil seguidores	http://www.naomekahlo.com/
Géledes Mulher Negra	https://www.facebook.com/geledes/ 668.835 pessoas curtiram isso 658.727 pessoas seguem isso	https://twitter.com/geledes 28,4 mil seguidores	---	https://www.geledes.org.br/#gs.Bzakd_Q
Nós Mulheres da periferia	https://www.facebook.com/nosmulheresdaperiferia/ 24.418 pessoas curtiram isso	--	--	http://nosmulheresdaperiferia.com.br/

	24.306 pessoas seguem isso			
Catarinas	https://www.facebook.com/portalcatarinas/?ref=ts 26.013 pessoas curtiram isso 26.244 pessoas seguem isso	https://twitter.com/PortalCatarinas 186 seguidores	--	http://catarinas.info/ https://www.youtube.com/channel/UCFcxCtEe7ric78iZ6tUG8Gw
Lugar de Mulher	https://www.facebook.com/mulherdelugar/ 82.805 pessoas curtiram isso 81.995 pessoas seguem isso	https://twitter.com/mulherdelugar 15,7 mil seguidores	https://www.instagram.com/mulherdelugar/ 9.152 mil seguidores	http://lugardemulher.com.br/
Moça você é machista	https://www.facebook.com/MoçaVoceEMachista/ 865.169 pessoas curtiram isso 856.089 pessoas seguem isso	https://twitter.com/mocamachista 17,5 mil seguidores		
Empodere duas mulheres	https://www.facebook.com/empoderaduasmulheres/?fref=pb&hc_location=profile_browser 1.085.746 mil seguidores	--	https://www.instagram.com/empoderaduasmulheres/ 106 mil seguidores	--
Feminismo sem demagogia	https://www.facebook.com/FeminismoSemD	--	--	--

	emagogiaMarxistaOriginal/?fref=pb&hcllocation=profile_browser 1.077.580 pessoas curtiram isso 1.061.275 pessoas seguem isso			
Ativismo de sofá	https://www.facebook.com/Ativismodesofa/ 12.040 pessoas curtiram isso 11.910 pessoas seguem isso	13,9 mil seguidores	--	http://www.revistaforum.com.br/ativismodesofa/
Arquivos feministas	https://www.facebook.com/arquivosfeministas/ 348.823 pessoas curtiram isso 348.272 pessoas seguem isso	--		
Lado M	https://www.facebook.com/SiteLadoM/ 63.561k	https://twitter.com/siteladom 3560 mil seguidores	https://www.instagram.com/siteladom/ 1963 mil seguidores	http://www.siteladom.com.br/
As minas na História	https://www.facebook.com/asminasnahistoria/?fref=pb&hcllocation=profile_browser 446.076 pessoas curtiram isso	https://twitter.com/minasnahistoria/ 15 mil seguidores	--	--

	445.653 pessoas seguem isso			
Revista AzMina	https://www.facebook.com/revistaazmina/ 123.584 pessoas curtiram isso 123.540 pessoas seguem isso	https://twitter.com/revistaazmina 5440 mil seguidores	https://www.instagram.com/revistaazmina/ 19,2 mil seguidores	http://azmina.com.br/
Blogueiras Feministas	https://www.facebook.com/blogueirasfeministas/ 92.217 pessoas curtiram isso 91.336 pessoas seguem isso	https://twitter.com/blogfeministas/ 39,5 mil seguidores	--	http://blogueirasfeministas.com/
Blogueiras Negras	https://www.facebook.com/blogueirasnegras/ 230.885 pessoas curtiram isso 228.870 pessoas seguem isso	https://twitter.com/blognegras 18,1 mil seguidores	https://www.instagram.com/blogueirasnegras/ 12,5 mil seguidores	http://blogueirasnegras.org/
Revista Capitolina	https://www.facebook.com/capitolinarevista/ 48.666 pessoas curtiram isso 48.384 pessoas seguem isso	https://twitter.com/capitolinafala 27,8 mil seguidores	https://www.instagram.com/revistacapitolina/ 7.640 mil seguidores	http://www.revistacapitolina.com.br/

Ovelha	https://www.facebook.com/ovelhamag/ 16.423 pessoas curtiram isso 16.292 pessoas seguem isso	https://twitter.com/ovelhamag 2193 mil seguidores	--	http://ovelhamag.com/

Fonte: Elaborada pela autora

Através dos dados do quadro, é possível perceber que a maior parte dos coletivos utiliza diversos canais de comunicação como Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, e alguns possuem site próprio. Nesse primeiro exercício de aproximação, foi possível notar que eles compartilham conteúdo de outros coletivos, trabalhando em forma de rede. As publicações têm diversos formatos e linguagens. O *printscreen* de posts, o *printpost*, escritos por atores dos sites de redes sociais que tem relação com feminismo, são utilizados com frequência. Também publicam notícias e textos que tratam da temática.

A partir do mapa do jornalismo independente realizado pela Agência Pública³⁸, identifiquei 11 iniciativas de jornalismo feminista, entre eles: Nós Mulheres de Periferia, Revista AzMinas, Catarinas, Lado M, Cientista que virou mãe, Think Olga, Revista Capitolina, Mães de peito, Blogueiras Negras, Revista Geni, Gênero e Número. Através da rede estabelecida pelos coletivos no Facebook, identifiquei também o Coletivo de Jornalistas Feministas Nísia Floresta e Imprensa Feminista. Essas iniciativas são recentes, criadas a partir de 2013. Como discutido no capítulo 1, em 2013 aconteceram as primeiras

³⁸O mapa foi construído com iniciativas de jornalismo que nasceram na rede, resultado de projetos coletivos e que não estão ligados a grupos de mídia, política, organizações ou empresas. Para ver mais: <<https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/>> Acesso em Jan.2019.

manifestações feministas, talvez um indício de que os coletivos começaram a surgir a partir da necessidade de debater pautas feministas no espaço digital.

Dos coletivos mapeados, Não Me Kahlo, Lugar de Mulher, Moça você é machista, Empodere duas mulheres, Feminismo sem demagogia, Ativismo de sofá, Arquivos Feministas, As Minas na História, Blogueiras Feminista, Blogueiras Negras e Ovelha, a partir de acompanhamento e análise de suas dinâmicas e produções, é possível identificá-los com base no conceito de coletivo midiático. Nos outros, além de práticas e dinâmicas de coletivos midiáticos, percebo também uma atividade jornalística, como curadoria, publicação de reportagens e matérias próprias, por isso penso que diferenciá-los amplia as possibilidades de compreensão desse fenômeno.

Em dezembro de 2018, retomei o mapeamento dos coletivos e identifiquei que Lugar de Mulher, Revista Geni e Ovelha não tiveram mais publicações. Uma das maiores dificuldades enfrentadas pelos coletivos e ou jornais, como coloca Buitoni (1986) é a manutenção financeira das atividades. Muitos coletivos são construídos através de trabalho voluntário, o que dificulta as atividades, tendo em vista que muitos colaboradores conciliam as atividades do coletivo com outras atividades profissionais e pessoais.

Num primeiro momento, havia selecionado os coletivos Não me Kahlo e Think Olga para a realização da pesquisa pelo critério de visibilidade, pela proposta de jornalismo do Think Olga e pelas ações desenvolvidas pelos dois coletivos que inspiraram esse estudo, *#MeuAmigoSecreto* e *#PrimeiroAssédio*, respectivamente. Em contato por e-mail, em agosto de 2017 com o coletivo Não me Kahlo, uma das idealizadoras informou que não haveria disponibilidade naquele momento de participação na pesquisa. Tentei retomar o contato em outros momentos, mas não tive mais resposta. O Think Olga na aba perguntas frequentes do site, informa que optou por não participar de projetos de pesquisa acadêmica, em função do grande volume de solicitações, do grupo ser pequeno, não havendo disponibilidade para atender a todos.

Nesse contexto, optei por selecionar outros coletivos mantendo os critérios de visibilidade e/ou projeto jornalístico. Em contato por email em agosto de 2017, tive retorno positivo do Portal Catarinas para participação na pesquisa. Destaco que entrei contato com outros coletivos, inclusive mais de uma vez e por meios diferentes, na tentativa de trabalhar com mais um coletivo, no entanto

não tive respostas. Em novembro de 2018, durante missão de mobilidade acadêmica na UFF, no Rio de Janeiro, decidi tentar contato novamente com alguns coletivos. A Revista AZmina retornou aceitando participar da pesquisa e indicando o contato de uma integrante. No entanto, com o tempo do curso terminando, optei junto ao orientador por não analisar os dados. Por fim, decidi focar a pesquisa somente no Portal Catarinas.

Para compreender de que maneira e como se dá a prática jornalística nos coletivos, visando entender como se dá a comunicação nas atividades realizadas pelos coletivos, pensei em desenvolver uma pesquisa de inspiração etnográfica. De acordo com Mateus (2015), a etnografia da comunicação é uma reflexão a partir da análise da prática comunicativa. Ancorado no pensamento de Wikin (2001), o autor coloca que o objetivo da etnografia da comunicação é definir os padrões que sustentam a interação, por meio da observação participante observando como se dá esse processo. Mateus (2015, p.85) salienta que é necessário focar nas particularidades da comunidade comunicativa “ênfatizando a sua especificidade cultural, ao mesmo tempo, que sublinha os processos de construção e de partilha social do sentido.” A ideia inicial era acompanhar as dinâmicas de produção e circulação de dentro, ver como o coletivo utiliza e trabalha a comunicação, além de perceber se existiam estratégias para que a comunicação acontecesse. Contudo, em contato com Clarissa Peixoto, integrante e idealizadora do portal, fui informada de que o portal não dispunha de um espaço físico próprio para trabalhar e então combinamos uma entrevista.

A entrevista foi realizada em Santa Catarina na manhã do dia 10 de novembro de 2017, na casa de Clarissa. De acordo com Jorge Duarte (2006), a entrevista em profundidade é uma técnica qualitativa que busca informações sobre um determinado assunto a partir da percepção e experiência de uma pessoa, a entrevistada ou informante. A partir de pressupostos definidos pelo/a pesquisador/a, busca-se um/a informante que possa contribuir com informações com base em suas experiências e subjetividades para compreender uma realidade. É uma técnica que dá flexibilidade tanto para o/a pesquisador/a quanto para o/a entrevistado/a, em relação às perguntas e respostas. A partir de Demo (2001), o autor coloca que os dados são resultado da interpretação e reconstrução realizadas pelo/a pesquisador/a. As entrevistas em profundidade podem ser abertas, semi-abertas ou fechadas. As entrevistas abertas abordam

um tema central e não tem um roteiro de perguntas, as entrevistas semi-abertas têm um roteiro-base e as entrevistas fechadas seguem o roteiro e são mais utilizadas em pesquisas quantitativas. A entrevista em profundidade busca aprofundar questões sobre um tema definido, explorando o máximo possível cada questão. (DUARTE, 2006).

Para a pesquisa optei pela entrevista semi-aberta, que foi estruturada em um roteiro-base de perguntas, que se encontra disponível no apêndice 1, a partir de pontos-chave para compreender o portal, suas dinâmicas de produção, estratégias para a circulação dos conteúdos e visibilidade, perspectiva de gênero/feministas e relação com público. A entrevista aconteceu entre as 9h e 12h e teve a duração de 1h58 minutos, foi transcrita e pode ser visualizada em sua integralidade nos apêndices deste trabalho. No capítulo de análise das práticas do Portal Catarinas, destaco os trechos importantes para este estudo com objetivo de responder o problema de pesquisa proposto.

Para compreender e identificar às dinâmicas de produção e circulação de conteúdo, com vistas aos objetivos propostos, realizei uma coleta do material publicado no site e na página do Facebook do Portal, nos meses de março e abril de 2018. Os critérios para essas escolhas se deram em função de o site desenvolver e disponibilizar conteúdo autoral e a página pelas publicações mais frequentes com conteúdos diversos e visibilidade.

Após a coleta, procedi com a análise do conteúdo para identificar o que era publicado pelo portal e de que forma era publicado. Os dados foram organizados e sistematizados e podem ser visualizados no capítulo sobre o portal. É importante ressaltar que análise desse conteúdo se deu a partir da produção de sentidos das publicações, que pode ser percebida pelas marcas do texto e pela linguagem, sendo construída também a partir de minha subjetividade enquanto pesquisadora. Optei por unir em um único item os trechos da entrevista e os dados sistematizados por acreditar que facilitaria sua compreensão.

Unindo abordagens quantitativas e qualitativas, coletando dados por meio de entrevista e análise do conteúdo publicado na internet, entendo o percurso metodológico desenvolvido até aqui como uma abordagem transmetodológica, que na perspectiva de Maldonado (2015) é uma abordagem que dialoga com diversos campos do conhecimento e que utiliza múltiplos métodos que têm suas técnicas, lógicas e estratégias redefinidas, transcendendo sua proposta inicial.

No próximo capítulo, compartilho a análise desenvolvida com o Portal Catarinas, coletivo feminista dedicado a produção de jornalismo independente com perspectiva de gênero.

4 ANÁLISE DO PORTAL CATARINAS: JORNALISMO INDEPENDENTE COM PERSPECTIVA DE GÊNERO

O portal de notícias Catarinas é um projeto coletivo de jornalismo feminista independente especializado e de opinião, voltado às questões de gênero e sexualidade, que surgiu em Santa Catarina. O portal foi idealizado inicialmente por três mulheres, as jornalistas Clarissa Peixoto e Paula Guimarães e a estudante de Ciências Sociais e consultora de projetos Kelly Vieira, mais tarde contando também com o apoio da jornalista Ana Claudia Araújo. Todas essas mulheres têm um histórico militante nos movimentos sociais, em especial no movimento de mulheres e feminista, e em algum momento se cruzaram pela vida, seja nos trabalhos que desenvolveram para sindicatos, seja na faculdade ou pelos atos que participaram.

No final de 2015, após os diversos protestos mobilizados por mulheres, na Primavera das Mulheres, Clarissa e Paula, jornalistas e amigas há bastante tempo, começaram a se questionar em relação aos trabalhos que vinham desenvolvendo e pensaram em construir uma plataforma que tratasse de questões de gênero e desse visibilidade para as pautas feministas, a partir do olhar de mulheres feministas, unindo trabalhos que vinham desenvolvendo com novos formatos, novas possibilidades de fazer jornalismo. Depois de muitas conversas, decidiram criar um projeto e nesse momento convidaram a Kelly, mulher trans e feminista, militante dos direitos LGBTQs, para colaborar na construção e organização do projeto Portal Catarinas, auxiliando também no suporte teórico em relação ao feminismo e as questões de gênero.

Clarissa relatou durante a entrevista que nesse primeiro momento ela e Paula começaram a organizar as ideias no papel, tratando várias vezes do texto, pensando a linha editorial, formas de produção, explicando o porquê do nome Catarinas, criando as primeiras justificativas para explicar para as pessoas a existência do Portal. Criaram um conselho editorial que tem por função dar suporte na produção de pautas específicas e no diálogo entre jornalismo e feminismo, como explica a entrevistada:

Então a gente construiu um conselho editorial, então a gente chamou pra esse conselho a Clair Castilhos, que foi vereadora aqui, que é a secretaria executiva da Rede Feminista aqui, chamou várias

feministas, a Alexandra que é ativista social, midiativist, também, atua no movimento feminista, chamou a Aline, que é uma mulher da área da saúde, que prestava serviço pro Ministério da Saúde, ela era assessora, enfim, consultora pro Ministério da Saúde. Para as questões de gênero, a Mônica que estudava na antropologia as questões de gênero, a Ana Claudia que é jornalista e mais a Cris Maia que é uma mulher do movimento negro aqui, que é pesquisadora e professora, ela faz parte e é uma das idealizadoras do coletivo Pretas em Desterro, faz um trabalho bem massa, é uma mulher bem bacana. A gente chamou essas mulheres, compôs o conselho editorial que era pra dar esse aporte. Que a ideia que a gente pensou do conselho editorial era pra dar esse aporte mesmo no jornalismo, na ideia editorial, pra sustentar essa linha editorial que a gente pensou, ver se é isso mesmo que tem que ser um jornalismo feminista, porque aí a gente tem que dialogar com o jornalismo e dialogar com o feminismo pra chegar nesse lugar, e foi super legal, todas aceitaram³⁹. (Entrevista em 10/11/2017).

É nesse momento que a jornalista Ana Claudia Araújo passa a integrar o Conselho Editorial fazendo parte do núcleo do coletivo, que agora contaria com quatro mulheres: Paula, Clarissa, Kelly e Ana Claudia.

Figura 8 – As Catarinas



Esquerda – Kelly Vieira, Clarissa Peixoto, Ana Claudia Araujo e Paula Guimarães

Fonte: Site Catarinas

Para conseguir tirar o Catarinas do plano das ideias e viabilizar sua sustentabilidade inicial foi necessário criar uma campanha de financiamento coletivo, ambientada na Catarse⁴⁰, uma plataforma de financiamento coletivo

³⁹ Trechos retirados da entrevista realizada com Clarissa Peixoto em 10 de novembro de 2017, reproduzidos na íntegra, sem modificações.

⁴⁰ Fonte: <<https://www.catarse.me/catarinas>> Acesso em 15 abr.2018

para projetos, com o objetivo de arrecadar 16.575,00 reais. A campanha foi lançada, no dia 08 de março de 2016, dentro da programação de atividades do “Março é Delas”, evento para celebração do Dia Internacional da Mulher em Santa Catarina, no Tralharia Café, numa roda de conversa intitulada “Vamos falar sobre feminismos?” com Clair Castilhos, secretária da Rede Nacional Feminista de Saúde e integrante do Conselho Editorial do Catarinas.

Com a ideia de divulgar a campanha de financiamento e ensaiar os primeiros passos do portal, as idealizadoras criaram um blog, o *Somos Muitas*⁴¹, com publicações entre março e julho de 2016. A primeira publicação foi a tradução de uma reportagem da revista americana “Cosmopolitan” sobre o aborto e a última, uma matéria contando sobre a criação do portal Catarinas. Nesse período criaram também a página no Facebook. No decorrer da campanha, artistas plásticas (os), fotógrafas (os) e jornalistas doaram obras de arte, fotografias e peças que mais tarde foram vendidas em um leilão virtual ampliando os recursos do Portal. Clarissa complementa dizendo:

A gente conversou com muita gente e a gente andou muito na rua, a gente vendeu rifa, a gente agitou muito, de tarde, de noite e de manhã, o dia inteiro. Foi legal, mas foi bem puxado. Foi muito cansativo, mas foi muito massa, foi uma experiência muito legal da minha vida. Nunca vou esquecer 2016 por isso. (Entrevista Nov. 2017)

Para alcançar a meta estabelecida, o portal ainda realizou dois eventos em Florianópolis, que além de arrecadar fundos com as vendas de algumas obras ganhadas, serviu como meio de divulgação do projeto. Foram 45 dias de campanha, com início no dia 8 de março e encerramento no dia 21 de abril de 2016. O coletivo arrecadou um total de R\$ 16.985,00, contando com a colaboração de 162 financiadores na plataforma. De acordo com o portal, o valor angariado gerou renda direta e indireta para cerca de vinte pessoas.

Durante o período da campanha de financiamento, entre os meses de março e julho, o Portal desenvolvia e participava de atividades diversas. As integrantes se revezavam entre curadoria de informações, produção de conteúdos regionais e observatório da mídia catarinense sobre questões de gênero, fazendo publicações no blog, na página do Facebook, trabalhando na

⁴¹ Ver mais em: <<http://somosmuitas.blogspot.com.br>> Acesso em 15 abr.2018.

elaboração do site do Catarinas e na produção da primeira reportagem especial que tratava sobre o aborto.

O Portal Catarinas (figura 9) foi lançado no dia 28 de julho de 2016, na Fundação Badesc, no centro de Florianópolis, numa noite que contou com diversas apresentações culturais, como show ao vivo e apresentação de dança. Cerca de 300 pessoas estiveram presentes, a maioria jornalistas, escritores, artistas, militantes feministas e da cultura.

Figura 9 – Portal Catarinas

The image shows a screenshot of the website 'SEJA UMA CATARINA'. The header includes navigation links: NOTÍCIAS, COLUNISTAS, BIBLIOTECA, SOCIEDADES, CONTATOS, APOIE CATARINAS. The main banner features a woman's face and the text 'SEJA UMA CATARINA SAIBA COMO APOIAR E FAZER PARTE DA NOSSA COMUNIDADE! SAIBA COMO'. Below the banner are several article thumbnails with titles like 'A execução de Marielle despertou uma lembrança terrível em nós', 'Regina Nogueira: tudo que é vivo tem de ser alimentado', 'Movimentos ocupam Eletrosul no dia mundial da água', 'Saúde da população negra: racismo mata', 'Informativo feminista destaca assassinato de Marielle Franco', 'Denise Santiago: a maior que protege as mulheres', 'Procedimentos realizados por profissionais de Enfermagem ganham regulamentação em Itara', and 'Saúde da população negra: racismo mata'. A sidebar on the right contains sections for 'BUSCA', 'NEWSLETTER', 'VIDEOS', 'COLUNAS', 'CATARINAS NA REDE', and 'TAGS'. The 'TAGS' section lists 'DIVERSIDADE', 'aberto', and 'arte'.

Fonte: Coleta realizada pela autora

Em uma matéria publicada no site da Federação dos Trabalhadores do Comércio do Estado de Santa Catarina⁴², Paula Guimarães, uma das idealizadoras do portal, fala que o surgimento do portal se deu a partir de uma demanda social por um jornalismo que promovesse a reflexão sobre gênero. No

⁴²Disponível em: <<http://www.fecesc.org.br/primeiro-portal-de-noticias-feminista-do-pais-sera-lancado-em-florianopolis/>> Acesso em 15 abr.2018.

portal, o coletivo justifica também que, em 2016, Santa Catarina tinha o quinto maior índice de estupro no país, estando a cidade de Chapecó entre as cinco cidades do Brasil com maior taxa de violência contra a mulher, com uma mulher agredida pelo companheiro a cada 12 horas. Mulheres negras ganhando até 60% a menos do que os homens brancos. Dos 40 cargos para a Assembléia Legislativa de Santa Catarina, apenas 4 mulheres eleitas para o cargo de Deputada Estadual de 2014. Na capital Florianópolis não há uma vereadora eleita desde 2004.

Partindo desses dados, o Portal Catarinas nasce como o primeiro portal feminista de jornalismo. Ainda que existissem outras iniciativas de comunicação e gênero no estado, o Catarinas busca produzir conteúdo e informação sobre e a partir de gênero, contribuindo para que essas narrativas também tenham espaço, trabalhando pela equidade de gênero e transformação social.

O portal tem como proposta de trabalho produzir conteúdo jornalístico com perspectiva de gênero voltado aos direitos humanos e aos direitos das mulheres, em especial. O portal se propõe a ir além, de acordo com a descrição publicada no site, o Catarinas coloca que:

Quando falamos em gênero, tratamos também do termo equidade, pois em uma sociedade patriarcal, para que se estabeleça a igualdade entre homens e mulheres, é necessário construir condições sociais de forma que tais diferenças não se tornem desigualdades. Acreditamos também que discutir gênero só é possível quando discutimos todas as implicações desse termo, o que deriva em tratar também de sexualidade e da desconstrução do binarismo e da heteronormatividade como regra. (PORTAL CATARINAS, 2016).

É a partir de gênero que o jornalismo desenvolvido pelo Portal se dá, cobrindo e pautando o que diz respeito às mulheres, aos LGBTQs e a população negra, buscando compreender e complexificar o debate entorno das pautas desses movimentos. Passo agora a trazer trechos da entrevista com Clarissa. Depois do áudio transcrito, destaco em negrito aquilo que foi percebido a partir da leitura e análise do texto.

*É o nosso foco, tá bem nesse slogan jornalismo com perspectiva de gênero. A gente faz jornalismo, claro que vai ter espaço pra outras coisas no portal também, mas assim o nosso trabalho central dentro da coisa é **produzir jornalismo**, que é o que a gente faz, **é onde a gente pode contribuir**. Na perspectiva de gênero as pessoas*

perguntam “ah, mas a perspectiva de gênero?”, gênero é múltiplo, a feminilidade, a masculinidade, a questão dos trans, pra nós tá tudo dentro de gênero. Agora a gente vai visibilizar quem foi invisibilizados ao longo do tempo, como nós trabalhamos com o princípio da equidade, embora nós estejamos tratando de gênero, nós vamos tratar de gênero dando mais para quem teve menos então nos vamos falar das mulheres, nós vamos falar das mulheres trans. (Entrevista Nov. 2017)

O Catarinas percebe o jornalismo como um direito e os direitos humanos como princípio básico para produção de jornalismo, se colocando como um agente ativista do jornalismo e tendo o feminismo como estratégia de ação, procurando estabelecer diálogo com as diferentes correntes do movimento e pensando gênero de forma plural, como orienta Louro (1997).

Para compreender os processos de comunicação em rede do portal Catarinas, sigo a dinâmica de análise proposta por Aquino Bittencourt e Gonzatti (2018) que se divide em: organização do coletivo, formato e linguagem, ações estratégicas, aparato tecnológico, relações usos e apropriações. Na sequência passo a fazer esse movimento.

O portal tem uma organização própria. Há um núcleo executivo que é responsável por pensar, produzir e desenvolver conteúdos jornalísticos e encaminhar, quando necessário, essas demandas para um conselho editorial formado por seis mulheres de diferentes áreas de atuação e de conhecimento para dar suporte na produção e divulgação de conteúdo. O Conselho editorial é formado por: Alexandra Peixoto, Clair Castilhos, Cristiane Mare da Silva, Guilhermina Cunha Ayres, Lilia Rossi e Mônica Siqueira. E apesar de não ser um coletivo de jornalistas, o núcleo é formado por sete jornalistas:

A Carol, a Silvia, eu a Ana Claudia e a Paula. A Cris Mayer também é jornalista, mentira são 6 jornalistas, só que a Cris trabalha mais a foto, às vezes faz uma entrevista, assina uma coluna. A Dieni não é jornalista, ela trabalha com produção audiovisual e fotografia. O núcleo aí são 7. E tem a Magali que escreve que sazonalmente com a gente. Agora ela deu uma paradinha, mas ela vinha escrevendo reportagens bem bacanas. (Entrevista Nov. 2017)

Uma das propostas de trabalho do Catarinas é trabalhar com diferentes formatos e gêneros textuais aproveitando as possibilidades ofertadas pelo

jornalismo digital e também pelos sites de redes sociais, produzindo fotos, vídeos, podcasts, artigos de opinião, reportagens, entre outras coisas.

Em relação a conteúdo e linha editorial, o portal busca desenvolver conteúdos relacionando gênero e feminismo com outras áreas, como política, saúde, cultura, direitos, entre outras como ficará evidenciado em um trecho mais adiante, evidenciando uma das suas similaridades com os jornais feministas dos anos 1980 ou como coloca Cardoso (2002) da segunda geração, por trabalhar com temas diversos além do gênero, tendo em vista que gênero atravessa todos os temas. A produção de conteúdos está marcada por três pontos: produção jornalística própria, como reportagens, entrevistas, coberturas a partir de fontes e dados locais, sempre que possível; curadoria de informação diária, mapeando e coletando o que é produzido sobre gênero, feminismo, direitos humanos e das mulheres, sexualidade e outras temas relacionados que seguem a linha editorial do portal; acompanhamento dos debates públicos sobre as questões de gênero, em especial, monitorando o que é produzido pelos veículos de comunicação catarinenses sobre o tema (SITE CATARINAS, 2018). Comentando sobre isso Clarissa pontua:

*A gente tem uma linha editorial muito clara, onde a gente entende o **feminismo como uma estratégia de transformação** da sociedade e entende o **jornalismo como método** elucidativo, que pode trazer luz. Então a gente é ampla no feminismo e tenta ser mais coerente, mais correta possível na prática jornalística. Então, essa é a nossa pegada. E esse portal seria o lugar que a gente faria esse projeto, esse todo do que é o Catarinas, faria curadoria de informação também, a gente vasculha muito o que ta saindo, busca tratar as informações, filtrar algumas delas e um terceiro elemento que compõe essa nossa perspectiva do Catarinas era também a ideia de um observatório de mídia pra questões de gênero, não como um observatório de universidade, um observatório que brota mais do movimento social e mais da linguagem jornalística para a linguagem jornalística, mas que pudesse olhar os excessos da imprensa e balizar também, a partir desse olhar jornalístico que a gente tem e pro jornalismo. Fazer esse comparativo. (Entrevista Nov. 2017)*

Destaco no trecho, o que compreendo ser a perspectiva do Portal de que o feminismo é uma estratégia para transformação social e que para que isso aconteça é necessário utilizar o jornalismo como método. O Catarinas busca ampliar os discursos e construir narrativas diferentes daquelas que são

veiculadas pela mídia tradicional. O portal tem, de acordo com Clarissa, “marcadamente uma linha editorial no campo político” que se alinha a perspectiva feminista de um modo mais geral e a ideia de um jornalismo livre e independente que quer pluralidade de ideias, com diversidade de vozes se manifestando. Nesse sentido, a partir do que coloca Aquino Bittencourt (2016), percebo o Catarinas como um coletivo midiático jornalístico, por ser um espaço de comunicação, que através de um grupo de pessoas, utiliza práticas de comunicação em rede e digital para produzir e circular conteúdos, utilizando também práticas e discursos ciberativistas.

*Assim o Catarinas foi isso assim, foi e é uma **experiência** que ta muito amarrada né, muito presa a ideia de **ativismo** porque a gente também é ativista da comunicação livre e do jornalismo independente. Porque pra nós não basta só um discurso panfletário ativista, **a gente também defende o jornalismo**, e claro, a gente é ser humano, não vou me comprometer a te dizer que eu não vou falhar no jornalismo, nem a Paulinha, nem o Portal não vai falhar no jornalismo, mas **a gente é ativista dessa ideia de produção de jornalismo**, do contraditório, dos diálogos divergentes, de ouvir quem não ta nas páginas dos jornais tradicionais, de ouvir as instituições, ok, mas **fazer o contraditório com a sociedade civil**, com os movimentos organizados. **O nosso foco é também ter fonte o movimento social**, tanto que a gente até ultrapassa a pauta, tanto que, eu digo que, no começo era pauta depois a gente foi ver que não era bem assim o mundo – ela ri, nossa ideia era pauta, tem mundo, um rio de pautas sobre esses temas e nós vamos tratar disso. Mas a gente começou a perceber que o buraco era mais embaixo. (Entrevista Nov. 2017)*

A ideia do jornalismo como estratégia ativista vai permear toda a entrevista. É nítida sua importância na fala de Clarissa: o jornalismo é a contribuição do portal para a transformação social. Destaco também a importância dada para a pluralidade das fontes com a ideia de criar um diálogo com as pessoas, não apenas com instituições e instâncias de poder. Essa é uma das bases do coletivo, trazer diferentes vozes, em especial as mulheres, tendo em vista que o jornalismo tradicional comumente utiliza fontes oriundas de lugares de poder, que legitimam visões e saberes hegemônicos.

Em outro momento, Clarissa comenta que o Catarinas percebeu a importância das mulheres escreverem e contarem sua própria narrativa, com suas formas de enxergarem o mundo e a possibilidade das mulheres

transformarem essa perspectiva de jornalismo e de escrita que é dominada por homens. Nesse sentido, a objetividade feminista proposta por Haraway (1995) e Costa (2018) possibilita pensar e organizar esse processo, a partir dos destaques no trecho.

*E eu acho que no Catarinas a gente sacou um pouco isso, a gente tem que ter, **a mulher tem que ter esse lugar** de escrever. E tem importância esse negócio das mulheres escreverem, acho que tem muita importância esse negócio delas poderem escrever. E a gente começou a sacar isso, que não era só a pauta, que não era só fonte, entreviste uma mulher. Era também essa perspectiva de criar a partir de um texto, tu escrever que é uma coisa sofisticada, é difícil escrever, é difícil escrever, mas também não é um dom, é uma coisa que se treina, é uma coisa treinada, que é negado à gente, então tem que ser um lugar de **mulheres produzindo a sua própria narrativa** e na perspectiva do jornalismo que é a nossa. Então a gente começou a perceber que tinha mais isso, o Catarinas podia ser mais isso, junto com várias outras que são, a gente é só um pingão no oceano. (Entrevista Nov. 2017)*

A entrevistada fala da importância das mulheres escreverem e criarem as suas próprias narrativas e de o portal ter esse enfoque de visibilizar o que é produzido por mulheres.

*e a gente começou a perceber que as mulheres escrevem sobre tudo, nós queremos que mulheres escrevam. Mulheres podem escrever sobre política, mulheres podem escrever sobre economia, mulheres podem escrever sobre cultura, mulheres podem escrever saúde, **mulheres podem escrever sobre o que elas quiserem**, e ao longo da história elas não escreveram. (Entrevista Nov. 2017)*

Ela coloca que o portal já publicou textos de homens em algum momento, no entanto, ressalta que esses textos têm que partir de uma perspectiva feminista porque é a linha editorial com que o coletivo trabalha. O posicionamento responsável, e a linha editorial são referenciados várias vezes, marcando o lugar do Catarinas dentro do jornalismo das novas práticas, onde a objetividade corporificada (Haraway, 1995), é um valor fundamental.

Além do núcleo executivo e do conselho editorial, o portal ainda conta com 22 colunistas, de diversas áreas de atuação, 9 delas se mantêm ativas pelo que pude observar. O site ainda disponibiliza ao público artigos de opinião, reportagens, coberturas, conteúdos culturais, entre outras produções. De acordo

com Clarissa, o portal é o espaço onde se mantém mais conteúdo próprio, ainda que sejam reproduzidos textos de outras pessoas. A curadoria sobre gênero, feminismo, mulheres negras, ativismo LGBTQ, segundo ela, é mais utilizado para publicações na página do Facebook.

Como citado anteriormente, o Catarinas tem uma linha editorial e se dedica a curadoria de informações relacionadas às questões de gênero, produção de conteúdo jornalístico com dados e fontes locais e observatório da mídia e dos debates públicos de gênero. No entanto, a entrevistada conta que esta última acontece de forma sazonal, quando surge algo, e que hoje, é uma das coisas que acabou sendo deixada de lado, em função do foco na curadoria e na produção de conteúdo.

O portal, assim como muitos coletivos midiáticos, não possui um espaço físico próprio em função da questão financeira.

*O que acontece, o ideal seria que tivesse um lugar mesmo, seria muito legal se a gente tivesse uma sala, a gente tem livros, coisas que a gente ganhou, peças, obras de arte ainda que a gente poderia vender, poderia ser um lugar de reunir pessoas, as pessoas se envolverem com nosso trabalho, um lugar pra gente fazer reunião de pauta, seria muito legal. A gente teve inclusive uma experiência bem bacana, **uma reunião de pauta aberta**, foi bem legal, a gente conseguiu juntar, olha eu acho que devia ter umas 10 pessoas, 15 pessoas, mas cada uma representava uma entidade x, então foi bem legal pra gente ouvir, mas falta estrutura financeira mesmo, econômica, pra gente ter o que? Pra gente ter alguém que possa ser pauteiro e reunir a pauta, organizar nossa reunião de pauta da semana, que a gente possa financiar a reportagem. O carro como é que vai? Gasolina. Pra essas coisas né, então assim, **a gente não conseguiu ainda** juntar, reunir esforços de ter um recurso financeiro, de reunir no Catarinas **um recurso capaz de dar pra gente essa estrutura sede, insumos gerais**, essa produção de conteúdo, **pra pagar o trabalho das jornalistas**. E pra permitir que a gente possa produzir mais, então isso é capitalismo, a gente ta remando contra a maré, dentro da engrenagem a gente ta tentando girar pro outro lado, mas é muito difícil, não é simples. A gente precisa sobreviver também, todas nós precisamos sobreviver, todas precisamos trabalhar. (Entrevista Nov. 2017)*

Um ponto importante é o trabalho voluntário das jornalistas. Elas produzem por compreenderem a necessidade da circulação desse discurso contra-hegemônico, que explícita a prática ativista, que acredito ser comum em muitos coletivos. A prática coletiva e voluntária também é resquício dos jornais

feministas como Nós Mulheres, Nzinga Informativo, como exposto no capítulo 1. Partindo desse contexto, Clarissa me conta que as integrantes do Portal trabalham nas suas estruturas, com seus equipamentos, investindo seu tempo e dinheiro para trabalhar no Catarinas e que todas as integrantes conciliam trabalhos em outros locais com as atividades do portal. A organização do coletivo se dá também de forma digital, através do aplicativo de mensagens Whatsapp e de e-mail, o grupo conversa e discute questões, organiza reuniões e encontros, debate pautas e combina quem produz ou edita o quê. As reuniões de pauta, dependendo da necessidade são presenciais e acontecem em algum lugar no centro da cidade, mas em geral acontecem por meio do bate-papo do Facebook e por um grupo do Whatsapp. O grupo já teve outras formas de comunicação como grupos no Facebook, outros grupos no Whatsapp, mas optaram por manter apenas um grupo e o e-mail para não gerar sobrecarga. Clarissa menciona que no início o grupo se reunia, discutia pauta e apresentava os materiais em que cada uma estava trabalhando com mais frequência, em torno de uma vez por semana, e agora elas diminuíram o ritmo e se adaptaram a uma lógica mais pragmática e aberta, produzindo e fechando os materiais com quem tem disponibilidade.

*A gente tá num momento agora mais distensionado, a gente tem reunido menos, produzido menos coletivamente, do ponto de vista de reunião, de debater mais, mas a gente tá muito ligada na mesma pegada, vamos dizer. Então eu acho que a gente consegue manter esse equilíbrio por isso. Então, como é que a gente produz ultimamente, a gente já teve esse ritmo de ter as reuniões de pauta bem fixas, uma vez por semana cada qual trazia a sua pauta e a gente debatia essa pauta e fazia um esqueleto dessa pauta e produzia. A gente tinha uma produção mais efetiva também de editoriais que eram feitos e fechados coletivamente com o grupo ali mesmo que fazia parte do jornalismo, por um período eu era bastante responsável por fazer esses textos, agora eu dei uma parada. E agora, assim, as **nossas reuniões de pauta têm sido mais esparsas**, a gente tem **conversado mais entre nós por email** e trocado ideia sobre pautas e tem **produzido muito na demanda que chega** pra gente, o nosso ritmo baixou um pouco por isso, tá todo mundo muito atabalhoada, muito atarefada. Então a gente tem produzido assim. Cada uma tem... junta, então eu vou fazer um vídeo sobre essa matéria, então vou fechar coma Dieni, às vezes eu mesma faço foto, **todo mundo é muito polivalente** ali, só que assim, sempre que a gente pode tem as meninas que são mais profissionais na foto a gente não abre mão disso, então a produção de conteúdo tem sido mais assim, a gente*

*não tem tido mais uma produção diária, a gente deve ai atualizar uma duas vezes por semana pelo menos com algum **conteúdo novo, de duas a três acho** que tá o ritmo. (Entrevista Nov. 2017)*

Ainda que o coletivo tenha diminuído ritmo em relação a reuniões e encontros e tenha adotado uma lógica mais dinâmica, elas possuem um trabalho coletivo muito alinhado, talvez por isso não seja necessário manter uma reunião semanal para debater pautas e questões relacionadas. Destaco que a produção se dá a partir da demanda que chega, com atualização de conteúdo novo de 2 a 3 vezes por semana. Para um grupo não muito grande que concilia o trabalho no portal com outro trabalho, é uma frequência boa. O trabalho de curadoria é diário, cada uma fica responsável por um dia, com exceção do domingo, que elas optaram por folgar.

*Mas essa produção segue, **todas têm autonomia**, a gente troca muito, eu digo “olha vi isso aqui hoje, de repente cola na edição de hoje do Facebook”, enfim, então **a gente troca muita coisa, dialoga entre nós**, mas quem tá no leme tem autonomia. Agora tem **alguns materiais que a gente preza fechar junto**, coisas que são mais editoriais, tipo um texto mais editorial ou os vídeos. Os vídeos a gente tenta fechar, principalmente vídeos grandes, tipo vídeos do Fazendo Gênero, então a gente tenta ter um entendimento entre nós pra fechar. (Entrevista Nov. 2017)*

É um trabalho coletivo, que tem uma organização dinâmica e que dependendo da situação pode ser alterado. Elas vão organizando da maneira que fica melhor para todas, mantendo a autonomia de cada uma, mas prezando sempre pelo diálogo e pelo coletivo. Dessa forma, percebo, através dos estudos de gênero, que essas práticas coletivas e colaborativas vão dando pistas de como o jornalismo feminista subverte lógicas masculinistas do jornalismo hegemônico, como a valorização do furo, a competição, a autoridade, a negação da subjetividade na busca pela objetividade e neutralidade, que como abordo no capítulo 2, não existem, o não exercício da crítica e da reflexão sobre as práticas adotadas pelos jornalistas.

A produção de conteúdo, de material jornalístico tem uma sistemática, por exemplo, surge a pauta e alguém se disponibiliza para fazer a matéria. Feita a matéria, elas se organizam para discutir, seja pelo grupo do Whatsapp ou por e-mail, quem tem disponibilidade para editar o texto, depois que o texto é editado

ele volta para a autora. Por último, é feita a revisão do texto e então a matéria é publicada no Portal. A partir dessa dinâmica, observo que o portal não parece ter uma hierarquia de cargos, dentro das possibilidades se revezam na produção, fotografia, edição e curadoria em um processo colaborativo. O portal também recebe e publica material de pessoas que acompanham o trabalho desenvolvido, e, dependendo a pessoa, pode até se tornar colunista. Essa ação junto com a reunião de pauta aberta mostra a tentativa de construir um diálogo com os públicos.

Em relação à cobertura de atos ou acontecimentos, a organização vai depender do tipo e do tamanho do acontecimento/ato.

*Essas atividades de rua, greve, manifestações a gente cobre, que o movimento social e sindical organiza. Cobre e **tenta buscar as mulheres desses movimentos**. Então assim, esse é um tipo de atividade que eu já vou normalmente, é clássico, **é uma coisa que eu vou, sempre, então já fica meio certo**. Se tem outros atos maiores, por exemplo, os mais, dia de greve geral, aí a gente se organiza. (Entrevista Nov. 2017)*

Uma das preocupações do Catarinas é a diversidade de fontes, como destaque no trecho, a preferência pelas vozes femininas, o empenho para ouvir e visibilizar essas mulheres. O outro trecho destacado dá pistas de que há uma organização interna de quem vai acompanhar ou desempenhar determinadas atividades. Uma das atividades do portal, desde a sua criação, é estar atento para participar ou mobilizar e cobrir eventos relacionados a gênero. Em 2017 o Catarinas participou do Fazendo Gênero⁴³, um dos principais eventos acadêmicos que debatem gênero, sexualidade e feminismo, que aconteceu em Santa Catarina. O portal ficou responsável pela cobertura do evento, produziu textos diários, vídeos, fotos e matérias especiais com os coletivos e grupos de mulheres presentes no evento. Além disso, o portal participou de uma mesa e vendeu camisetas e objetos para ajudar na manutenção do coletivo. Em geral, todo o evento que tem a ver com a pauta do coletivo, tem algum tipo de participação ou cobertura, depende de disponibilidade financeira e de tempo, para que uma ou mais integrantes se desloquem para o evento.

⁴³ O Catarinas participou da 11ª edição do Fazendo Gênero e da 13ª Mundo de Mulheres, que aconteceram entre os dias 30 de julho e 04 de agosto de 2017, em Santa Catarina.

*A gente fez uma ação de **participação**, porque teve o Fazendo Gênero e teve o Mundo Mulheres que é esse evento que reúne movimentos de mulheres no mundo, daí no mundo de mulheres a gente teve uma atividade **que falou sobre mulheres e comunicação**, enfim, e no resto da programação a gente foi chamada pra uma e outra coisa. Foi bem legal, foi bem legal a nossa participação, bem massa. (Entrevista Nov. 2017)*

Uma das minhas inquietações era tentar compreender de que maneira os estudos de gênero eram acionados pelo Catarinas. Clarissa me explica que na seção Biblioteca do site, elas disponibilizam livros, filmes e artigos científicos que abordam o tema. Ela coloca que a formação delas é em jornalismo, que estudaram e estudam gênero ao longo da vida e que sempre que aparece algo mais específico elas consultam pessoas que estudam e tem formação sobre gênero.

*Então assim, a gente se relaciona bastante com as professoras ali do IEG da UFSC, do Instituto de Estudos de Gênero, com o NIGS também, né, que é Núcleo Interdisciplinar de Gênero e Sexualidade, que é mais focado mais no CFH e com outras feministas da UDESC que participam do IEG, né. Então assim a gente consulta bastante essa galera, no trabalho jornalístico é isso que a gente faz. **A gente vai lá entrevista**, traz a pessoa né, então assim, esse diálogo, ou então a gente **consulta mesmo**, consulta as professoras, as mulheres da Rede Nacional Feminista, que são muitas são professoras, muitas produzem. A Clair mesmo foi professora durante muito tempo, né. Então assim num geral a gente faz bastante esse diálogo. (Entrevista Nov. 2017)*

O foco do Catarinas é o jornalismo como direito, direito a informação ao contraditório, a comunicação livre, tendo o feminismo como horizonte e a perspectiva de transformação social, assim como os jornais feministas brasileiros que surgiram a partir dos anos 1970. Ao dar atenção àquilo que os movimentos sociais estão dizendo, o Catarinas vai construindo uma marca que está associada ao ativismo. Sendo essa uma das divergências entre o Catarinas e o jornalismo tradicional.

*Eu acho que assim, a grande divergência é essa assim, ó primeiro a notícia, a informação, o jornalismo como um produto, a ideia do lucro né, a gente tá mais ligada a ideia do direito, da **informação como um direito**. Não a informação como uma mercadoria. (Entrevista Nov. 2017)*

O Catarinas é um coletivo que não visa o lucro, mas utiliza formas de financiamento coletivo para viabilizar as atividades do portal. Coletivos midiáticos, como propõe Aquino Bittencourt (2016), não visam o lucro, mas podem utilizar diferentes formas de viabilizar economicamente suas atividades, seja através de assinaturas, venda de objetos e até financiamento coletivo. Clarissa coloca que o jornalismo é um conjunto de escolhas políticas, que é necessário dizer o que está acontecendo com as várias nuances, sempre deixando explícito de onde se está partindo, por isso a importância da linha editorial tão bem demarcada pelo portal. Aqui fica evidenciado de onde o portal parte e que sentidos produz, destacando a objetividade feminista corporificada, responsável e posicionada.

A narrativa do coletivo, de acordo com a entrevistada, tem como eixo central o feminismo em confluência com jornalismo, pois é através do jornalismo que as mulheres integrantes do Catarinas vão construir suas reportagens, textos e coberturas.

Nosso horizonte é o feminismo, dentro dessa perspectiva da transformação da sociedade patriarcal que passa também pela sociedade capitalista, sim, a gente tem esse lugar, então isso é um pouco, não tem como a gente fugir dele, então se esse mundo não nos beneficia pelo contrário nos oprime não tem como a nossa narrativa fugir dessa perspectiva. Acho que esse é um pilar central. Por outro lado, a gente não quer negligenciar o jornalismo, então é tudo isso. (Entrevista Nov. 2017)

Os feminismos são a teoria crítica e a perspectiva epistemológica para a produção do jornalismo pelo Catarinas. O portal é feminista, é a partir desse lugar que as narrativas se dão. Clarissa coloca que todas as integrantes têm liberdade para pensar e escrever o que quiserem. O portal propicia o espaço para que elas desenvolvam textos de opinião, reportagens, e que a forma de escrever é própria e que não necessariamente precisa reproduzir o que os jornalistas homens fizeram até o momento.

A gente tenta fazer esse caminho assim né, como é que dentro das formas de escrever, das ferramentas da escrita, como é que a gente vai trazendo esse lugar da mulher, é pelo tema? É pelo tema, mas é um jeito de escrever também. Eu acho que é isso que a gente tenta fazer também, uma certa liberdade, não precisa ter um texto, o

*jornalismo pode se moldar também, a linguagem jornalística, não o jornalismo em si, mas a linguagem que a gente usa no texto ela pode vir com **essa perspectiva das mulheres que buscam uma outra linguagem**, elas não querem só reproduzir, ter o espaço de reprodução de uma linguagem tradicional, a gente pode construir uma outra também, a gente pode partir da nossa, a gente não precisa só ter espaço pra reproduzir o que os homens fizeram até agora. A gente pode escrever do nosso jeito, da nossa forma. (Entrevista Nov. 2017)*

As narrativas construídas pelo portal buscam evidenciar as perspectivas das mulheres, buscando uma linguagem própria. Um exercício de escrita feminista e jornalística. A partir de análise das publicações nos SRS do Catarinas, percebo que a linguagem utilizada sofre alterações nas diferentes redes, enquanto o site tem textos mais longos, tratados, com tom jornalístico e de perspectiva informativa, no Facebook, Instagram e Twitter, tem uma linguagem própria que acompanha a rede. Por exemplo, no Facebook são textos médios, dois ou três parágrafos complementando o link ou foto publicados. No Twitter, em geral são frases acompanhadas de links que direcionam para o site. O Instagram é bastante parecido com Facebook, no entanto pelas dinâmicas dessa plataforma, as fotos ou imagens são o destaque. Em algumas publicações há replicação do Facebook, linguagem menos formal junto, textos curtos ou médios, acompanhada de uma foto ou vídeo própria, geralmente são as fotos que ilustram as matérias, fotos de eventos que o portal cobre e ou participa.

Em relação à questão técnica, o Catarinas faz uso das ferramentas disponibilizadas pelo Wordpress, onde o site está hospedado, além de ferramentas digitais como Google Drive para compartilhamento de material entre o grupo. Além disso, o portal tem desenvolvido um banco de imagens, onde ficarão armazenadas todas as imagens produzidas. Algumas integrantes utilizam Photoshop para tratar e editar imagens, *softwares* para criação de *cards* para publicação nos sites de redes sociais, os vídeos também recebem tratamento. Clarissa comenta que elas não utilizam nenhum *software* específico.

A gente trabalha muito direto no Wordpress tá, coisa que a gente faz que já julgou que é errado porque a gente já perdeu muita matéria, mas a gente trabalha muito ali, e editor de texto né. Ai algumas de nos produz umas outras coisas, trata foto, usa Photoshop, a gente produz as vezes cards, coisas, faz ali, quando a gente não contrata alguém, ou chama alguém pra fazer. A gente produz assim né, tem esse tipo de material, e é isso assim, aí tem trabalho de vídeo da Dieni que ela

faz o trato. Ela tem um camarada lá que faz algumas animações que animou nossa vinheta, desse tipo de software é isso assim, a gente não usa nada muito específico, nada muito melhorado, acho que até a gente deveria pensar mais nisso. (Entrevista Nov. 2017)

É possível perceber que há um cuidado com tudo que é produzido e publicado, tem uma estética, especialmente nos materiais de vídeo, em função talvez, de serem produzidos por uma mesma integrante, a Dieni. As imagens sugerem o uso de câmeras fotográficas com boa qualidade, e algumas delas, como informado, passam por edição e tratamento.

Para circular e visibilizar o conteúdo do portal, em geral são utilizados os sites de redes sociais, mas não existe uma regra padrão para ser executada. Os textos são publicados no portal e compartilhados no Facebook, Instagram, Twitter e também pelo Whatsapp. Há também envio de *newsletter*.

A gente publica no portal, a gente distribui no Twitter. Dependendo do conteúdo também distribui no Insta, daí distribui no Facebook, na página, isso tudo só nas redes. E às vezes a gente faz mobilização, por exemplo, vai lá e manda algumas mensagens indiretas ou marca as pessoas no Twitter ou então no Facebook. A gente distribui em grupos que a gente participa, outras páginas. Distribui bastante pelo Whatsapp individualmente, eu distribuo bastante pelo Whatsapp, e, dependendo do conteúdo, a gente chama um ou outro portal pra defender a pauta – “ó já viu essa nossa matéria aí?”. Então a gente faz bastante isso assim, mas não tem nada muito sistemática, regra, a gente vai fazendo do que é o conteúdo, se rola, a gente vai sentindo também, pra quem que é mais a gente escreve isso aqui, lê mais esse. (Entrevista Nov. 2017)

A circulação do conteúdo depende também da atividade do público do portal, por meio das curtidas, compartilhamentos, comentários, comentários marcando outras pessoas. Essa participação do público potencializa o alcance espontâneo da página do Facebook. O site disponibiliza uma ferramenta onde é possível aumentar o alcance e a visibilidade fazendo anúncios pagos. Ainda que o portal esteja crescendo em número de seguidores e curtidores, a participação do público nas publicações do Facebook, espaço escolhido para análise, é pequena, talvez em função das atividades não serem patrocinadas na página. Outra questão que pode influenciar isso é que em 2018, o algoritmo do Facebook

foi alterado⁴⁴ para priorizar publicações de amigos e familiares no *feed*, diminuindo o alcance de coletivos e outras páginas. Isso faz com que aqueles veículos de comunicação que tenham dinheiro para investir alcancem mais visibilidade e circulação de conteúdo que aqueles que não têm como investir, como o Catarinas, por exemplo.

É possível perceber que Twitter e Instagram servem como apoio a circulação do conteúdo, e que ainda que tenha uma alteração na linguagem de acordo com o site utilizado, funcionam mais como replicadores. Além de servir como espaço de veiculação das matérias do portal, o Facebook também publica conteúdos de outras páginas e veículos, seguindo a perspectiva de curadoria do portal, trabalhando de forma cooperativa com outros coletivos.

O coletivo consegue, através de ferramentas disponibilizadas pelo Facebook e pelo Wordpress, ter um controle de audiência. Clarissa acredita que o público leitor do Catarinas é um público diverso, em sua maioria mulheres, entre 20 a 50 anos, o público universitário é um público forte, de quem elas têm percebido um retorno. Ela conta que esse controle de audiência se dá na perspectiva de

tu sentir quem é o teu publico né, saber quem são as pessoas que tão conversando né e ver o que dentro daquele campo ali o que tu pode melhorar, desenvolver, ter mais atenção. (Entrevista Nov. 2017)

Apesar de haver esse controle ou a compreensão dessas informações, a entrevistada conta que esse não é um fator que influencia na editorialidade. A audiência, pra ela, é um fator importante, mas não é o único, funciona mais pra perceber como abordar os temas da melhor forma pra o público do portal. Os retornos ajudam a pensar a produção do portal, mas não influenciam diretamente no processo. Nesse sentido, essa é uma prática também observada no jornalismo hegemônico, onde se faz uma suposição do que a audiência espera/quer. Acho importante dizer que o portal é uma experiência em formação e desenvolvimento e, em algum momento, como nesse caso, reproduz algumas práticas naturalizadas do jornalismo tradicional.

⁴⁴ Ver mais em: <https://www.facebook.com/zuck/posts/10104380170714571> Acesso em 15 abr.2018

Em novembro, na época da entrevista, o Catarinas tinha um público de 29 mil pessoas acompanhando a página no Facebook. No entanto, tinha um engajamento pequeno. Perguntei para Clarissa como ela via essa questão e ela responde que em um primeiro momento o portal teve maior repercussão em Santa Catarina, apontando que apesar ter pautas nacionais e colunistas nacionais, ele gera maior identificação no estado. Disse também que elas têm ampliado o público a partir da participação em eventos. A entrevistada acredita que o portal precisa alcançar mais pessoas, aumentar o público na rede, mas que também é importante aumentar o engajamento.

*As pessoas tão lendo mesmo? **As pessoas lêem mesmo nossos textos?** Elas comentam lá na pagina, no portal. Quem comenta no portal, leu o texto, quem comenta no Facebook às vezes lê o título e lê o primeiro parágrafo, às vezes nem lê porque pra ler tem que clicar e lá e voltar pra comentar. Agora não, que eu acho que agora no aplicativo ele permite, tu clica, a matéria não abre mais no portal, abre num desdobramento do aplicativo do Facebook, e acho que tu já consegue curtir ali mesmo, mas não tem levado pra página ó – ela me mostra. Eles não querem te dar nada, eles só querem ter o teu conteúdo de graça ali, olha que sacanagem eu acho isso uma brutal sacanagem, mas tá todo mundo no Facebook, se tu sair do Facebook tu ta fora. (Entrevista Nov. 2017)*

O Facebook é hoje o site de rede social com maior número de usuários ativos no mundo, 2,2 bilhão⁴⁵ de pessoas. No Brasil, o site conta com mais de 103 milhões de usuários⁴⁶, sendo o terceiro país que mais utiliza a rede. Os dados corroboram com a fala de Clarissa, estar no Facebook é estar na rede, é estar conectado, ainda que alguns nós ou atores tenham mais visibilidade que outros como aponta Raquel Recuero (2009). O coletivo tem contado com o apoio da Priscila, integrante do Catarinas, para pensar em estratégias de aumentar a visibilidade do portal e o engajamento na campanha de assinaturas do portal.

*[...]ela fez algumas ações ali de levantar o portal na própria rede, na internet, ela fez algumas **campanhas de brindes** pra quem assinar, fez algumas mobilizações no Facebook pra assinaturas, **produziu um e-book sobre mídia independente** pra fazer um negocinho tal, então*

⁴⁵ Fonte: <https://www.oficinadanet.com.br/post/16064-quais-sao-as-dez-maiores-redes-sociais> Acesso em 15 abr. 2016.

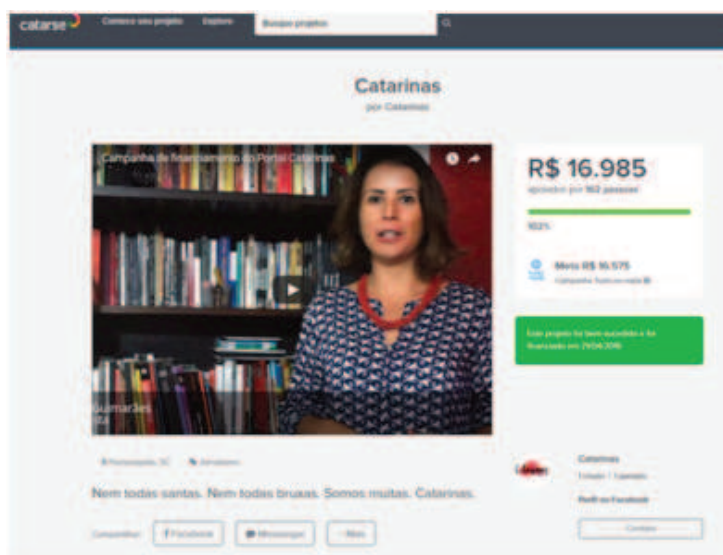
⁴⁶ Fonte: <https://www.idealmarketing.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas/> Acesso em 15 abr. 2016.

ela começou a trabalhar nisso a ver algumas métricas. (Entrevista Nov. 2017)

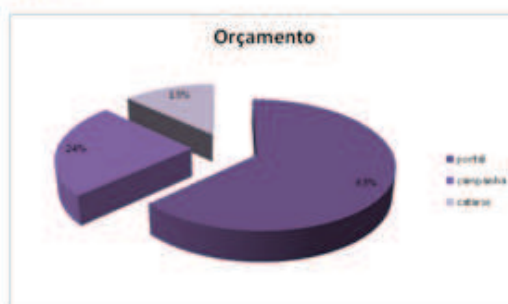
Clarissa assume a importância de compreender e avaliar as métricas para perceber o resultado das ações no ambiente digital, no entanto, ressalta que esse trabalho vem sendo realizado aos poucos, sendo um processo que ainda está em fase inicial, de experimentação e aprendizado. É evidente que a reflexão perpassa os processos do portal. Enquanto conversávamos, Clarissa ia anotando coisas que percebia na própria fala que eram importantes e que necessitavam de mais reflexão do portal, disse em algum momento que levaria as ideias para uma reunião de pauta.

Para criar, desenvolver e colocar o site no ar foi necessário, como comentado anteriormente, mobilizar uma campanha de financiamento coletivo porque as idealizadoras do coletivo não tinham verba própria para colocar no projeto. O orçamento para produzir coisas como logo, *layout*, programação, entre outras, tinham um custo de R\$15.575 reais, como é possível visualizar na Figura 10. Em uma campanha de 45 dias, no Catarse, aliada a vendas de peças ganhadas, rifas e camisetas, o portal arrecadou R\$16.985 reais.

Figura 10 – Campanha Financiamento Coletivo Catarse



Orçamento



Portal: R\$ 10.450

- Layout e identidade visual: R\$ 4.000
- Programação: R\$ 2.500
- Domínio e hospedagem: R\$ 400
- Insumos: R\$ 300
- Mobilização em rede e impulsionamento (anúncio): R\$ 500
- Produção de conteúdo: 2.750
 - Primeiras reportagens

Campanha: R\$ 3.970

- Vídeo: R\$ 600
 - Captação de imagens: R\$ 200
 - Edição: R\$ 400
- Recompensas: R\$ 1520
 - Cotagens (unidade) R\$ 20 + envio R\$ 2,00 (60 unidades): R\$ 1320
 - Podcast: R\$ 400
- Divulgação: R\$ 1.550
 - Camisetas: R\$ 50
 - Assessoria de imprensa: R\$ 1.500
- Insumos: R\$ 300

Percentual Catarse: R\$ 2.155

Total do projeto: R\$ 16.575

Fonte: Coleta realizada pela autora

Como o portal necessitava sobreviver para além da campanha de financiamento coletivo, foi criada a Associação Catarinas, um projeto que alia comunicação e arte e que tem por objetivo viabilizar financeiramente o Portal Catarinas. A criação da Associação serve também para possibilitar a

participação em editais que financiam reportagens, jornalismo independente e também de editais no campo do feminismo. Atualmente, o portal conta com um sistema de assinaturas, onde é possível contribuir com um valor fixo de forma mensal e também com uma doação única. Clarissa acredita que para 2018 seja necessário criar uma campanha para potencializar essas doações. Outra ideia para ampliar a arrecadação é a criação de uma lojinha no site colocando a venda camisetas, bótons, sacolas ecológicas. No Fazendo Gênero, evento que o portal cobriu e participou, foram vendidos esses objetos.

Clarissa fala da dificuldade financeira de manter o Catarinas funcionando. O que acredito, está muito próximo da realidade de vários coletivos e veículos de mídia independente:

*Então essa é a nossa grande perspectiva, o que acontece é que a gente tem pouco fôlego pra fazer essas coisas andarem, e aí elas não andam e a gente não consegue mais fôlego, sabe, é correndo atrás do rabo. **A gente não tem grana, precisa focar no nosso trabalho, daí não foca no Catarinas, mas aí o Catarinas também não vai.** Muito nessa. Como é que a gente faz dá fôlego? Por que não tem dinheiro? Porque a gente não faz, aí não faz, não faz dinheiro. (Entrevista Nov. 2017)*

É possível constatar que a questão financeira é uma dificuldade para a produção do portal. Buitoni (1986) pontuou essa questão, como um dos maiores entraves para a produção independente que contribuiu para o fechamento de vários jornais e revistas.

O Catarinas é um projeto, é um experimento, que de acordo com a entrevistada, está em busca de soluções para financiar essa forma de fazer jornalismo que o coletivo por trás do portal acredita.

*[...] a gente tá achando um caminho, tanto um negócio como a gente quer exercer a profissão, e **tentar achar soluções** que também viabilizem a gente a produzir profissionalmente, não dá pra... que não tem a ver com o mercado porque tem a ver com mercado em que o profissional se estabelece e ganha dinheiro, agora não é mercadológico no sentido de vender a pauta, vender a notícia, fazer esse jornalismo que a gente não acredita né, então eu acho que tem a ver com isso. **É um experimento**, claro, as pessoas que investem no financiamento coletivo elas tem muita expectativa que o dinheiro que elas investiram sirva pra um negócio de longevidade, agora o que é a longevidade senão achar essas perspectivas pra esse jornalismo,*

eu acho que a longevidade do Catarinas vai se dar aí, como uma experiência que por si só, em si, não acha uma solução pra nossa situação, pro momento, mas colabora com esse caldo de ideias pra que a gente ache soluções mesmo, né. Nós vamos precisar cada vez mais de um jornalismo coerente, sério, que converse com as pessoas. Num ambiente de flafu só o jornalismo né, pra equilibrar, pra – ó veja bem aqui ó, a ciência ta dizendo outra coisa, as pesquisas dizem outra, esses grupos tão dizendo varias coisas também, então acho que é isso. (Entrevista Nov. 2017)

O jornalismo produzido pelo portal passa pelo mesmo processo que passaram os primeiros jornais feministas do século XX, como vimos no capítulo 1, a dificuldade de criar soluções pra viabilizar financeiramente o jornalismo independente. Clarissa também comenta que o Catarinas não tem um compromisso de dar certo, reforçando a ideia de que é um experimento que pode se transformar, que pode acabar, pode ser o início de outro projeto, e completa dizendo que:

é um exercício de experimentar outras perspectivas que não as tradicionais de exercício do jornalismo, da reportagem. (Entrevista Nov. 2017)

Entretanto, Clarissa, nos momentos finais da entrevista afirma que:

[...] O Catarinas é uma coisa que a gente aposta muito, a gente tem muita boa fé nesse negócio, a gente acredita muito nisso que a gente faz, era o que a gente queria fazer. Só fazer, nem sempre dá. (Entrevista Nov. 2017)

Fica evidente o caráter experimental do coletivo, é um projeto em que as integrantes estão em constante aprendizado, buscando desenvolver um jornalismo de qualidade voltado para as questões de gênero, a partir da perspectiva feminista, de experiências próprias e da expertise das integrantes. Mulheres diversas, de campos de atuações diversos, militantes, que se propuseram a desenvolver um portal na internet com informações construídas por mulheres para a sociedade, mesmo porque gênero perpassa a sociedade. Em um contexto e geograficamente localizado no Sul, elas desenvolvem materiais com pautas nacionais e constroem coberturas colaborativas. Clarissa fala em alguns momentos da nossa conversa, de intuição, dizendo que o grupo avalia suas ações e se organiza a partir do retorno dos públicos.

Nesse sentido, percebo, através da entrevista que o jornalismo produzido pelo Catarinas não é só orientado pelos feminismos – é um jornalismo feminista que viabiliza a emergência do feminino, do que se concebe como feminino, para além de corpos. Desenvolve práticas que subvertem a lógica masculinista (VEIGA DA SILVA, 2010), começando por estar posicionado, reconhecendo seu lugar no mundo e as visões parciais que constroem sua prática jornalística. Compreendendo o jornalismo como de ativismo, um método possível para transformar a sociedade, em consonância com as ideias dos movimentos sociais e ciberativistas de construção democrática da comunicação. A partir do que colocam Veiga da Silva e Marocco (2018), observo no Catarinas a prática colaborativa, a horizontalidade, o esforço em ouvir outras histórias e outras vozes, atento as mobilizações sociais e a luta por direitos humanos e por conseqüência realizando um exercício de cidadania comunicativa como discuti no terceiro capítulo. A presença da subjetividade e da reflexão são indícios que permitem pensar como o jornalismo vem sendo ressignificado por essas novas práticas.

Percebo também relações entre a forma de produção do portal com as formas de produção dos jornais feministas do século XX, especialmente com o “Nós Mulheres”, por desenvolver uma produção coletiva e voluntária e também tem similaridade com o “Mulherio” pela preocupação com a produção do jornalismo. Identifiquei que o coletivo atua de forma ciberativista em prol do jornalismo, do feminismo, das questões de gênero e dos direitos humanos, mas trabalha com pautas diversas que circundam esses eixos.

Os dados das incursões e do acompanhamento que realizei através da coleta das publicações do portal, mostram o que foi trazido por Clarissa, durante a entrevista, em relação a produção e circulação dos conteúdos. Atualmente a rede digital⁴⁷ do Catarinas é construída pelo site, a página no Facebook, perfil no Twitter, no Instagram e no Youtube, somando um público de mais de 46 mil pessoas.

⁴⁷ Christian Gonzatti (2017) diferencia redes sociais, sites de redes sociais e redes digitais, compreendendo que Redes sociais são as diversas sociabilidades e conexões estabelecidas entre grupos; sites de redes sociais são plataformas na internet que possibilitam que essas conexões se dêem por meio de perfis e redes digitais são os espaços que constroem conexões específicas em torno de si, podendo se espalhar e se constituir em diversos sites de redes sociais.

Figura 11 – Rede Digital Catarinas



Fonte: Elaborado pela autora

O Facebook é o site de rede social que concentra a maior parte do público do portal, contando com 39.609 curtidas, em fevereiro de 2019. O Twitter é o site com menor número de seguidores, sendo acompanhado por 915 pessoas. No Instagram são 5.238 seguidores. No Youtube, a lógica funciona de forma diferente, ainda que o portal tenha 476 inscritos em seu canal, o que conta são as visualizações nos vídeos publicados. De 75 vídeos publicados, o portal tinha 53.685 visualizações em fevereiro de 2019. Dados disponíveis nos respectivos sites de redes sociais em fevereiro de 2019

Em geral são vídeos curtos de até 5 minutos, os mais longos são referentes a entrevistas especiais ou cobertura de atos de mobilização. Os vídeos com maior número de visualizações são: *Entrevista com a professora Marlene de Favéri* (20 mil) de 2017, *Por Marielle Franco, pelo povo negro, por todas nós* (6,8 mil) de março de 2018, *Marcha Mundo de Mulheres por direitos* (1,5 mil), em 2017, *Carmen Lucia Luiz mostra como usar camisinha feminina* (1,3 mil) publicado em 2016 e *Campanha de Financiamento Portal Catarinas* (991), também de 2016. O site é organizado por sessões: Notícias, Colunistas, Biblioteca – subdividido em vídeos, livros, filmes e podcast, Somos Muitas –

subdividido em Linha editorial, Nossa História, Faça parte e Apoiadoras –, Contatos e Apoie Catarinas.

Para a construção da amostra, optei por acompanhar e coletar as publicações realizadas nos meses de março e abril de 2018 no site e na página do Facebook. Essa escolha se deu em função de o site ser o espaço de produção de conteúdo autoral e a página no Facebook ser o a rede com maior público. Essa escolha se deu também com base também nas informações prestadas pela entrevistada e através do acompanhamento das redes do portal.

Em março de 2018 foram 27 textos publicados no site com temas diversos: violência de gênero (1), Caravana Lula e movimentos sociais (5), entrevistas especiais com mulheres da comunidade (2), sobre Marielle Franco (2), racismo (1), saúde (1), projetos de lei (1), meio ambiente (1), 8M (10), cidadania travesti (1), aborto (1), agenda de eventos (1). Dessas publicações, 23 eram matérias, 2 entrevistas e 2 artigos de opinião.

Percebe-se aqui que são pautas diversas, que não publicam apenas sobre mulheres. A fala de Clarissa de a mulher escrever sobre política, saúde, economia, sobre o que quiser está presente nas publicações do portal, afinal as mulheres estão inseridas na sociedade e os assuntos das diversas áreas perpassam a vida das mulheres.

Em função do Dia Internacional da Mulher, atos e mobilizações foram marcadas em todo o Brasil, no mês de março, e por isso uma cobertura colaborativa dos protestos foi realizada contando com a participação de diversas mulheres de todo o país para a produção desse conteúdo. Essa cobertura colaborativa dos atos do 8M foi anunciada em forma de convite através do Facebook.

Em abril de 2018 foram publicados 8 textos no site, com temas diversos: Sobre o ex-presidente Lula (2), Marielle Franco (1), objetificação dos corpos femininos (1), representatividade (1), cultura (1), aborto (1) e lutas feministas (1). Dos textos publicados, 4 são artigos de opinião e 4 são matérias jornalísticas.

Em março de 2018, no Facebook foram 173 publicações, sendo links de matérias publicadas no site do portal, vídeos, publicação de texto e fotos próprias, divulgação de eventos, matérias de outros veículos, publicações de outras páginas ou coletivos e vídeos de outras páginas, como pode ser visualizada no quadro 2.

Quadro 2 – Publicações Facebook mês de Março de 2018

Tipo de Publicação	Quantidade
Matérias publicadas no Portal Catarinas	42
Matérias de outros veículos	41
Foto + texto próprio	41
Vídeos do Portal Catarinas	24
Compartilhamento de publicações de outras páginas/coletivos	17
Compartilhamento de eventos	5
Compartilhamento de Vídeos de outras páginas/coletivos	3
Total	173

Fonte: Elaborado pela autora

Os tipos de publicação evidenciam a diversidade de formatos que o portal trabalha e dão a dimensão das lógicas empreendidas para a circulação dos conteúdos. Textos, fotos, vídeos, matérias próprias, curadoria. Destaco a prática de compartilhar publicações de outras páginas como um indício da cooperação e do trabalho em rede com outros coletivos com pautas próximas. Percebo que a cooperação no jornalismo feminista é um valor central, diferente do jornalismo hegemônico que valoriza a individualidade e o furo, como foi abordado no subcapítulo de gênero e jornalismo.

Em abril de 2018, foram 156 publicações, sendo links de matérias publicadas no site do portal, vídeos, publicação de texto e fotos próprias, matérias de outros veículos, publicações de outras páginas ou coletivos, vídeos de outras páginas e *printpost*⁴⁸, como pode ser visualizada no quadro 3.

Quadro 3 – Publicações Facebook mês de abril 2018

Tipo de Publicação	Quantidade
Matérias de outros veículos	97
Matérias publicadas no Portal Catarinas	19

⁴⁸ São *printscreens* de publicações de outras pessoas.

Compartilhamento de Vídeos de outras páginas/coletivos	18
Compartilhamento de publicações de outras páginas/coletivos	10
Foto + texto próprio	8
Vídeos do Portal Catarinas	3
PrintPost	1
Total	156

Fonte: Elaborado pela autora

Acredito que diferença no número de publicações de março e abril no Facebook e no site se dá em função das mobilizações do 8M e os protestos pelas mortes da vereadora do Rio de Janeiro, Marielle Franco e seu motorista Anderson Gomes, no dia 14 de março de 2018.

Ao acompanhar a página do portal no Facebook, é possível confirmar o caráter replicador da curadoria de informações que estão no escopo da linha editorial proposta pelo portal. Questões de gênero e ativismo são as pautas principais, mas há publicações sobre temas diversos, como saúde e meio ambiente. Ainda que sejam compartilhadas notícias e reportagens de outros veículos, elas sempre vêm acompanhadas de um texto de, em média, dois parágrafos, problematizando o tema da publicação ou com um trecho do texto considerado mais relevante, o que mostra o esforço reflexivo empreendido pelo portal. Percebi que a maioria das publicações não acompanha *hashtags*, apenas em casos específicos, como em algumas publicações sobre as manifestações pela vereadora Marielle Franco ou em campanhas como a Virada Feminista pela Legalização do aborto.

Os temas das publicações são diversos, no entanto, acompanham a perspectiva editorial de conteúdos, voltados as pautas de gênero, feminismo e ativismo como se pode visualizar nos quadros 4 e 5, referentes as publicações feitas na página do Facebook do Portal nos meses de março e abril de 2018.

Quadro 4 – Temas das publicações de março de 2018 no Facebook

	Tema da Publicação	Quantidade
1	8M	52

2	Marielle Franco	44
3	Violência contra a mulher	10
4	Entrevistas com mulheres da comunidade	8
5	Eventos	8
6	Movimentos sociais/ativismo	8
7	Feminismo	8
8	Visibilidade de mulheres	7
9	Aborto	6
10	Caravana Lula	6
11	Outros	6
12	Leis e conquistas	5
13	Empoderamento	3
14	Meio ambiente	2
	Total	173

Elaborada pela autora

No quadro, em março a maior parte das publicações se dedica a cobertura das mobilizações do 8M e das manifestações pelas mortes de Marielle e Anderson, seguidas por publicações relacionadas ao tema da violência contra a mulher e entrevistas com mulheres da comunidade. As publicações relacionadas ao meio ambiente aparecem menos e são as que mais se diferenciam do escopo do portal. As publicações colocadas como “Outros” referem-se àquelas cujo tema aparece apenas em uma publicação, não tendo relação com os temas destacados em outras categorias. É importante ressaltar que as categorias estão muito próximas e articuladas, até porque são temas que estão vinculados as questões de gênero e ativismo, no entanto, as publicações têm produz sentidos que se sobressaem em relação aos demais.

Quadro 5 – Temas das publicações de abril de 2018 no Facebook

	Tema da Publicação	Quantidade
1	Feminismo	36
2	Lula	17
3	Machismo	15

4	Violência de gênero	13
5	Marielle Franco	12
6	Movimentos sociais/ativismo	11
7	Aborto	9
8	Leis e conquistas	8
9	Mulheres com a palavra	6
10	Pesquisas	5
11	Sexualidade	4
12	Empoderamento	3
13	Romantização de relações	2
14	Racismo	2
15	Outros	13
	Total	156

Elaborado pela autora

Em abril de 2018, como é possível visualizar no quadro, os temas são mais diversos. A maior parte das publicações perpassa o tema do feminismo, seguidas por publicações que citam o ex-presidente Lula, em prol das manifestações realizadas contra a sua prisão. Em terceiro com 15 publicações aparecem publicações que criticam e discutem o machismo.

A partir dessa sistematização dos dados, é possível inferir que a maioria das publicações se refere a pautas feministas, como violência contra a mulher, aborto, machismo, empoderamento e ativismo numa perspectiva mais geral. É possível notar a partir da tese de Freitas (2017) que as pautas feministas dos anos 70, 80 e 90 ainda são bastante atuais. É interessante perceber que há publicações referentes ao racismo e a questões LGBTQ, ainda que sejam poucas matérias e publicações com este tema na página do Facebook, demonstrando que o portal trabalha a partir de uma perspectiva interseccional, articulando gênero, raça, sexualidade e classe.

A partir das matérias publicadas no site nos meses analisados, é possível perceber que em março de 2018, de 27 textos, 16 tratavam de mulheres ou pautas feministas, 5 sobre movimentos sociais. Em abril do mesmo ano, de 8 textos publicados, 5 trabalhavam pautas dos movimentos feministas e de mulheres e 2 narrativas sobre protestos.

Ainda que o portal tenha sua linha editorial voltada a uma perspectiva mais ampla de gênero, sexualidade e raça, o coletivo, no período analisado, publicou mais sobre mulheres, feminismo e mobilizações sociais. O coletivo é formado por diferentes mulheres, incluindo mulher trans e mulheres negras, e é a partir dessas vivências e dos interesses dessas mulheres que o jornalismo do Catarinas é construído.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da internet, dos sites de redes sociais e das tecnologias da comunicação e informação, os movimentos sociais se apropriaram do espaço das redes, especialmente o movimento feminista, passando a construir na internet espaços de comunicação voltados a produção e circulação de saberes, discursos e informação, empoderando mulheres e possibilitando uma tomada de consciência.

A proposta desta pesquisa era compreender quais as imbricações de gênero e jornalismo no Portal Catarinas. Analisar a produção do portal e suas estratégias de produção e circulação conjuntura na atual foi um movimento instigante para refletir e estabelecer relações com as produções feministas do século XIX e XX.

Este estudo buscou articular os feminismos, os estudos de gênero, jornalismo, ciberativismo, coletivos midiáticos e a cidadania para analisar, a partir de elementos técnicos, sociais e narrativos, como se dá a comunicação do coletivo Catarinas, visando identificar imbricações de gênero e jornalismo. No primeiro capítulo retomo a trajetória do movimento feminista observando suas disputas, estratégias de luta e organização, entendendo que o movimento feminista é plural, composto por diversas vertentes de pensamento, que ao se espalhar pelo mundo, ganhou tessituras dos contextos históricos e sociais, apresentando características e pautas próprias, transformando-se em um movimento múltiplo, sendo assim, feminismos, no plural. (GARCIA, 2015).

As mulheres sempre participaram de mobilizações sociais, no entanto somente a partir do reconhecimento da sua condição de submissão que elas passam a se articular de forma organizada, constituindo o movimento feminista a partir do século XIX, no Ocidente. (LOURO, 1997) O feminismo é um movimento social, político e teórico que luta pela equidade econômica, social e política de gênero. Como vimos no capítulo 1, o movimento se construiu por meio de ondas, que fazem referência a um projeto que ainda não se completou (SANTOS, 2017). A primeira onda tinha como pauta a luta por educação, condições de trabalho e pelo direito ao voto feminino. A segunda onda dedicada às construções teóricas, mobilização de marchas públicas e a criação de grupos

de autoconsciência, tentando desconstruir a dualidade de público e privado. Nesse período surgiu o conceito de gênero para se referir as construções sociais, culturais e históricas criadas sobre os corpos a partir da instituição do que é masculino e feminino para justificar desigualdades. No Brasil, com o golpe militar o movimento feminista fica restrito a clandestinidade, articulando-se junto ao movimento de mulheres e a igreja na luta contra a carestia, pela anistia e redemocratização. A terceira onda ou feminismo contemporâneo é compreendida pela diversidade e disseminação do movimento enquanto filosofia política e pela forte produção acadêmica. A terceira onda é vista como o período de institucionalização do movimento feminista, com a criação de ONGs, Conselhos e órgãos voltados aos direitos das mulheres. (PINTO, 2003).

Atualmente, com as tecnologias de comunicação, a internet e os sites de redes sociais, o movimento feminista, através de coletivos, utilizam as plataformas digitais para produzir e circular saberes, discursos e pautas feministas com o objetivo de desconstruir as desigualdade de gêneros instituídas a partir da diferença. Nesse sentido, para refletir sobre o jornalismo feminista produzido pelo coletivo Catarinas, retornei ao final do século XIX para entender como se constituiu a imprensa feminina e feminista, aprendendo como foram criados os primeiros jornais feministas e suas agendas. Não há um consenso sobre qual foi o primeiro jornal feminista brasileiro. Nos anos 1970 surgiram os jornais feministas do ressurgimento do feminismo. “Nós Mulheres” e “Brasil Mulher” foram os primeiros desta época, sendo importantes espaços de comunicação do movimento. De 150 periódicos que surgiram após 1974, Cardoso (2004), identificou 75 jornais feministas e classificou-os em duas gerações: a primeira que se desdobrava sobre questões da mulher versus luta geral, marcados pelas discussões de classe; a segunda geração constituída pelos jornais editados depois de 1981, que se dedicavam as questões de gênero. Trago alguns exemplos de jornais feministas e suas práticas comunicativas, como “Brasil Mulher”, “Nós Mulheres”, “Mulherio”, “ChanacomChana”, “Nzinga Informativo”, “Fêmea”, entre outros. Ainda nesse capítulo problematizo o conceito de gênero a partir de autoras pós-estruturalistas, compreendo gênero como uma construção social, cultural, histórica e lingüística sobre o que se designa masculino e feminino, onde os atributos associados ao masculino são mais valorados em detrimento do feminino, entendendo que gênero é a primeira

forma dar significado as relações de poder. Encerro o capítulo articulando gênero ao jornalismo, compreendendo a partir de Veiga da Silva (2010) que o jornalismo é masculino, estando os processos de produção da notícia, assim como a empresa e os jornalistas são atravessados por gênero, sexualidade, raça, classe e outros marcadores sociais. No entanto, a partir da pesquisa de Veiga da Silva e Marocco (2018), é possível observar a emergência do feminino no jornalismo, através de práticas de subversão das lógicas masculinistas, tendo como elemento fundamental a objetividade corporificada e feminista (HARAWAY, 1995; COSTA, 2018).

No segundo capítulo discuto os processos sociais em rede a partir do ciberativismo (MALINI, ANTOUN, 2013), através de acompanhamento das mobilizações feministas. Descrevo práticas ciberativistas que aconteceram entre os anos de 2015 e 2018, articulando ao conceito de ciberacontecimentos (HENN, 2014) pensando nas dinâmicas apropriadas pelas ciberativistas feministas, chegando aos processos de produção e circulação de conteúdos por coletivos midiáticos (AQUINO BITTENCOURT, 2016), encerrando o capítulo com um olhar sobre os processos em rede a partir da cidadania. (CORTINA, 2005).

O terceiro capítulo vai dar conta dos processos metodológicos empreendidos na pesquisa. Por meio da perspectiva transmetodológica, utilizei 4 métodos para alcançar os objetivos propostos: pesquisa bibliográfica, pesquisa exploratória, entrevista em profundidade, mapeamento, coleta e análise de conteúdo.

No quarto capítulo, desdubro-me sobre a análise do portal Catarinas. Conto a história do portal e seus objetivos e aí apresento trechos da entrevista com uma idealizadora do portal, destacando elementos e pistas que foram aparecendo na fala dela, articulando com o que foi discutido nos capítulos anteriores. Apresento também a análise da coleta realizada, a partir das publicações do mês de março e abril de 2018, no site e no Facebook do coletivo. Na tentativa de compreender as práticas comunicativas do Catarinas e como elas se dão, através de critérios técnicos, sociais e narrativos analiso os tipos de publicação, os temas publicados e faço associações com as publicações feministas de outros períodos históricos.

O feminismo no Brasil teve nos anos 1970 sua maior expressividade (CORREA, 2001), com a criação de coletivos de mulheres, grupos de estudos e

de pesquisa sobre mulheres e gênero, impulsionando a criação de jornais e revistas feministas. O movimento feminista percebeu desde cedo a importância da mídia e seu papel na sociedade, e já no século XIX começa a produzir uma crítica para enfrentar os discursos hegemônicos, criando espaços próprios de comunicação (BUITONI, 1986). Os jornais da época, o Nós Mulheres, o Jornal Brasil Mulher eram produções independentes. O Nós Mulheres tinha uma prática e uma lógica de trabalho, pelo que pude perceber, muito próxima as práticas realizadas pelo Portal Catarinas, que em seus movimentos iniciais e que se mantém até hoje em matérias específicas, só publicam depois de um entendimento coletivo. O desenvolvimento do trabalho também era coletivo e voluntário. No período analisado, alguns textos publicados no site eram assinados outros não. Com base na perspectiva de Cardoso (2004), o portal tem características dos jornais da primeira e segunda geração, trabalha com a perspectiva de gênero e tem pautas diversas, mas que abordam, em alguma medida, gênero, jornalismo e movimentos sociais.

Nos anos 1990 e 2000 como apontam Souza (2015) e Tomazetti (2015), já existiam grupos feministas ocupando espaço na internet, produzindo e circulando conteúdo e informação. Claro que as dinâmicas não eram as mesmas de hoje, não tinha a mesma facilidade de acesso nem dispositivos móveis com tantas possibilidades tecnológicas, mas dentro das possibilidades ofertadas pela época as mulheres já comunicavam sobre o movimento. Hoje o movimento feminista não só mantém o fluxo do movimento através dos sites de redes sociais e dos dispositivos de comunicação digital, como também se organiza através desses espaços, seguindo a proposta de espaço híbrido de Castells (2013).

Os coletivos midiáticos através de plataformas de comunicação produzem e fazem circular discursos contra-hegemônicos de forma independente da mídia de massa. Os coletivos transformam processos, disputam a audiência com as mídias de massa, mobilizados a criar e fortalecer práticas que buscam democratizar a comunicação. Aquino Bittencourt e Gonzatti (2018) salientam que os coletivos estão em processos de experimentação e desenvolvimento de práticas, o que não os impede de reproduzir práticas das mídias irradiadoras.

É através das mídias digitais que os coletivos midiáticos e jornalísticos operam e o Portal Catarinas, entendido nesta pesquisa como um coletivo jornalístico feminista, produz conteúdo, informação, ativismo de forma

independente, criando táticas para que esse conteúdo circule e ganhe visibilidade na rede, se apropriando dos processos e das dinâmicas dos sites de redes sociais com o objetivo de produzir outras narrativas, abrindo espaço para outras vozes, fazendo um contraponto aos discursos hegemônicos. Um jornalismo posicionado, reflexivo, cooperativo, que aciona a objetividade feminista (HARAWAY, 1995; COSTA, 2018). Assim, o Catarinas subverte práticas masculinistas do jornalismo, permitindo a emergência do feminino interdito (VEIGA DA SILVA, MAROCCO, 2018).

Nessa perspectiva, percebo que os dispositivos móveis e as tecnologias disponíveis favorecem e facilitam o exercício da cidadania comunicativa (MONJE et al., 2009), levando em consideração que os movimentos sociais são também culturais como coloca Castells (2013) e envolvem sujeitos emocionalmente envolvidos que se conectam de alguma forma com uma mesma questão. Os coletivos feministas e o Catarinas assumem esse papel cidadão ao voltarem seus interesses aos direitos das mulheres e buscar produzir comunicação e informação, contribuindo para uma comunicação mais democrática, ampliando o debate e propiciando o diálogo, incentivando a participação das pessoas nos processos de produção circulação e consumo de informações. Cecília Peruzzo (2012) compreende a comunicação como parte constitutiva e constituinte de práticas sociais voltadas para a ampliação da cidadania, e os coletivos midiáticos e os coletivos jornalísticos são espaços propícios para o desenvolvimento da comunicação cidadã. O jornalismo também pode ser uma forma de ativismo –, no portal isso é ainda mais evidente. Além de um ativismo pelo jornalismo, pela informação e comunicação democrática, há o ativismo feminista e pelos direitos humanos.

Importante dizer que o jornalismo feminista, assim como os coletivos midiáticos e jornalísticos, são propostas em construção, que tem práticas que rompem com a produção hegemônica, mas que também estão sujeitos a repetir práticas masculinistas, individualistas e pouco democráticas.

Os coletivos, além de transformarem as práticas de comunicação colaborativa e participativa, estão também implicando em mudanças nas práticas jornalísticas. Utilizando as lógicas das redes digitais, fazem do espaço digital um meio de comunicação. O feminismo e outros movimentos sociais, como o movimento LGBTQ e o movimento negro vêm ganhando mais visibilidade,

através desses espaços, modificando a cultura não para serem enquadrados ou incluídos como lembra Louro (2000), mas para romper com normas estabelecidas, possibilitando debates importantes para que as mudanças sociais e culturais aconteçam.

A internet e as tecnologias digitais de certa forma criaram uma ilusão de que todos podem ser produtores de informação, no entanto, como abordado, os atores sociais não têm o mesmo poder que as mídias de massa. Além disso, a internet não é um espaço livre e sem controle. Atualmente estamos vivendo um processo de transição, de criação de novas práticas jornalísticas e ciberativistas, mas também estamos imersos em bolhas controladas por algoritmos, que vigiam e controlam nossos dados e acessos. Outro ponto importante de salientar, que hoje com a internet, em especial os sites de redes, a liberdade de expressão foi maximizada, e assim como questões invisibilizadas ganharam holofotes, setores conservadores da sociedade passam a atuar para impedir avanços sociais (LOURO, 2012), com discursos preconceituosos mascarados de opinião.

Marcia Veiga da Silva (2014, p.82) compreende o jornalismo como masculino e sinaliza que as notícias e os modos de produção das notícias estão perpassados por concepções de gênero. Concepções essas em que aqueles atributos considerados masculinos são mais valorados em detrimento dos femininos. O jornalismo enquanto conhecimento social e cultural, produz e reproduz os valores dominantes em uma retroalimentação da cultura. A autora coloca que “a mídia e o jornalismo estão constituídos por gênero e produzem relações de gênero e de poder que resultam em saberes a cerca disso.” (VEIGA DA SILVA, 2014, p. 102).

Partindo disso, é possível perceber que mais do que jornalismo com perspectiva de gênero, o Catarina é também um jornalismo feminista, produzido por mulheres feministas, a partir da perspectiva feminista aberta a discutir e desconstruir concepções de gênero na intersecção com outros marcadores sociais, como raça e classe. Jornalismo feminista, também, por compreender o mundo e partir desse lugar para realização da prática jornalística. No decorrer da pesquisa, identifiquei várias pistas que mostram que o jornalismo do portal rompe com as práticas masculinistas, permitindo a emergência do feminino como uma prática possível no jornalismo.

O jornalismo tradicional, em vários momentos de sua história no Brasil, chegou a abordar temáticas do âmbito do feminino em perspectiva feminista, mas com muitas limitações. O enquadramento predominante sempre foi o heteronormativo, lançando o que era entendido como feminino para as bordas da superfluidez. O próprio paradigma da objetividade, questionável em vários aspectos, reitera essa posição que ainda persiste.

Pode-se dizer, a partir do que foi observado nesse estudo, em confluência com o que propõe Jéssica Costa (2018) a partir de Haraway (1995), em uma espécie de “objetividade feminista”, que não está ligada aos limites do que se considera estritamente factual. Uma objetividade multifacetada, pautada pelos processos da reflexão, da cooperação, da horizontalidade, do posicionamento político e ativista. Processo que se preocupa em dar espaço para aquelas e aqueles que historicamente são silenciados e ignorados, fazendo do portal e, da comunicação uma estratégia de ação e de conhecimento.

A partir do que foi trabalhado nesse texto, acredito que esse estudo contribui com a área, observando práticas jornalísticas que estão sendo atualizadas a partir dos sites de redes sociais, da apropriação dos usuários e dos coletivos midiáticos. A pesquisa compreendeu, através dos conceitos abordados, que o jornalismo, e os processos de produção do Portal Catarinas são feministas, porque tomam os feminismos como estratégia de transformação da sociedade, utilizando o jornalismo como método. O portal reconhece sua parcialidade e posicionamento na construção das matérias, tendo em vista que as sujeitas que produzem o jornalismo são também atravessadas por concepções de gênero, sexualidade, raça, etc, carregadas de subjetividade. Além disso, as práticas colaborativas e horizontais empreendidas, evidenciam a perspectiva feminista e ativista do portal, que produz comunicação, informação, ativismo, trazendo histórias e vozes comumente ignoradas e invisibilizadas pelo jornalismo hegemônico, democratizando a comunicação e colaborando para a produção de discursos dissonantes e alternativos. O portal aciona a objetividade feminista e a partir de diversas práticas subverte lógicas masculinistas, fazendo emergir o feminino no jornalismo. Assim, entendo que o jornalismo do Portal Catarinas é feminino e feminista, consciente do seu espaço no mundo, que faz da comunicação uma ação estratégica com objetivo de transformação da sociedade.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Isabela Castellani do Amaral; JUNIOR, Liráucio Girardi. Ciberativismo e o Feminismo em rede: a propagação das #PrimeiroAssédio e #MeuAmigoSecreto. **Anais XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste** – Salto - SP – 17 a 19/06/2016.
- AQUINO BITTENCOURT, M.C. Movimentos sociais e mídia de espalhamento: democratização da comunicação em contexto de convergência. In: **Revista Líbero** – São Paulo – v. 17, n. 33, p. 51-60, jan./jun. de 2014.
- AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. Ciberacontecimento e jornalismo digital: o impacto do compartilhamento e da produção de sentidos nas práticas jornalísticas. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. vol. 12, nº 2, Julho a Dezembro de 2015.
- AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara; Gonzatti, Christian. A midiaticização do ativismo e os elementos constitutivos e de análise do conceito de coletivo midiático. **Revista Cadernos de Comunicação**. Santa Maria, v.22, n.1, art 3, p.59 de 78, jan/abr. 2018.
- AQUINO BITTENCOURT, MC. #CONTRATARIFA: Produção e Circulação de Hashtags pelo Jornalistas Livres. In: **Revista Mídia e Cotidiano**. Seção Temática Número 9. Agosto 2016. Disponível em: <<http://www.ppgmidiaecotidiano.ufr.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/289>> Acesso em Jan.2019.
- ARAÚJO, Jaqueline Gonçalves. **Feminismo Digital em Blogueiras Feminista (2010-2015)**. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem. Campinas, SP. 2016.
- ARAÚJO, Maria Paula Nascimento. A utopia fragmentada: as novas esquerdas no Brasil e no mundo na década de 1970. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2000.
- BALESTIERI, Camille Roberta. Ciberativismos – a formação de agendas de conteúdos alternativas em territórios midiáticos não hegemônicos apropriados pelos movimentos sociais. In: **Anais do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul** – Palhoça - SC – 8 a 10/05/2014.
- BARREIROS, Bruna Provazi. **Estratégias de visibilidade e articulação no ciberespaço: uma análise do ativismo feminista brasileiro no Facebook**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação Em Ciências Humanas e Sociais, da Universidade Federal do ABC. São Paulo. 2013.
- BECKER, Howard. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BONETTI, Alinne. Etnografia, gênero e poder: Antropologia Feminista em ação. **Mediações**, Londrina, v. 14, n.2, p. 105-122, Jul/Dez. 2009.

BONETTI, Alinne. Gênero, poder e feminismos: as *arapiracas* pernambucanas e os sentidos de gênero da política feminista. **Estudos feministas**, julho /dezembro 2011- janeiro /junho 2012.

BONIN, Jiani. Delineamentos para pensar a metodologia como *práxis* na pesquisa em comunicação. In: **Revista Rastros**, 2010. Disponível em: <<http://www.processocom.org/wp-content/uploads/2015/08/BONIN-Rastros-2010.pdf>> Acesso em Jan.2019.

BORTOLON, Bianca; MALINI, Marianne. Catarse e sororidade: o relato enquanto motor essencial da campanha Não Mereço Ser Estuprada no Facebook. **Anais do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

BORTOLON, Bianca; MALINI, Marianne. Gênero e Ativismo Online: um estudo de caso da campanha Não Mereço Ser Estuprada no Facebook. **Anais XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.

BOYD, D.; ELLISON, N. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Indiana, v. 13, n. 1, online, out. 2007. Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em 15 jun.2018.

BRAGA, José Luiz. O problema da pesquisa – como começar. In: **Comunicação & Educação**. São Paulo: ECA/USP, v. 10, n. 3, p. 288-296, 2005. Disponível em:<<http://www.journals.usp.br/comueduc/article/view/37542/40256>> Acesso em Jul.2018.

BRÊTAS, Ana Beatriz. Velha Roupas Coloridas: Hashtags Feministas e Novo Ativismo. **Anais 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017.

BUITONI, Dulcília Schroeder. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.

BUTLER, J. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do “sexo”. In: LOURO, G. L. *Pedagogias da Sexualidade*. In: LOURO G. L (organizadora) **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2ª Ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

CARDOSO, Elizabeth. Imprensa feminista brasileira pós-1974. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 12, número especial, p. 37-55, set./dez. 2004.

CASADEI, Eliza Bachega. A inserção de mulheres no jornalismo e a imprensa alternativa: primeiras experiências no final do século XIX. **Revista ALTERJOR**

- Grupo de Estudos Alterjor: Jornalismo Popular e Alternativo (ECA-USP) Ano 02– Volume 01 Edição 03 – Janeiro-Junho de 201.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. *Redes de Indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet*. Editora Zahar, 2013.

CAVALCANTE, Roberta Freitas. **Ciberativismo: como as novas formas de comunicação estão a contribuir para a democratização da comunicação**. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação – Área de Especialização Estudo dos Media e do Jornalismo. 2010.

CORREA, Mariza. **Do feminismo aos estudos de gênero no Brasil: um exemplo pessoal**. Cadernos Pagu (16) 2001. pp.13-30.

CORTINA, Adela. **Cidadãos do mundo: para uma teoria da cidadania**. São Paulo: Loyola, 2005.

COSTA, Ana A. A. O movimento feminista no Brasil: dinâmicas de uma intervenção política. **Gênero**. Niterói, v. 5, n. 2, p. 9-35. 2005.

COSTA, Jéssica Gustafson. **Jornalismo Feminista** – estudo de caso sobre a construção da perspectiva de gênero no jornalismo. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo – Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. SC. 2018. 226 p.

CRENSHAW, Kimberle W. A interseccionalidade na discriminação de raça e gênero. In: **VV.AA. Cruzamento: raça e gênero**. Brasília: Unifem. 2004. Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/fdh/wp-content/uploads/2012/09/Kimberle-Crenshaw.pdf>> Acesso em Dez.2018.

DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. Livro Eletrônico. São Paulo: Atlas: 2006.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

ESMITIZ, F. **Lgrimas da Família Tradicional: os sentidos inaugurados pela campanha de Dia dos Namorados da O Boticário**. Monografia (Comunicação Social - Publicidade e Propaganda), São Leopoldo, Unisinos, 2016.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. **O dispositivo pedagógico da mídia**. Modos de educar na (e pela) TV. Revista Educação e Pesquisa, São Paulo, v.28, n.1, p. 151-162, jan./jun. 2002.

FRAGOSO, Suely. RECUERO, Raquel. Amaral, Adriana. **Métodos de Pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREITAS, Viviane Gonçalves. As mulheres e a imprensa feminista brasileira das décadas de 1970 a 2010. Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero 11 & 13th Women's Worlds Congress, Florianópolis, 2017 b.

FREITAS, Viviane Gonçalves. **De qual feminismo estamos falando? Desconstruções e reconstruções das mulheres, via imprensa feminista brasileira, nas décadas de 1970 a 2010.** Orientadora Flavia Birolli. Tese. Universidade de Brasília, 2017.

FREITAS, Viviane Gonçalves. Imprensa Feminista Brasileira e interseccionalidade. In: **Anais XXVII Encontro Anual da Compós**, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018.

GARCIA, Carla Cristina. **Breve História do Feminismo.** 3 ed – São Paulo: Claridade, 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 5^a ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOHN, Maria da Glória M. **Movimentos sociais e redes de mobilização civis no Brasil contemporâneo.** Petrópolis: Ed. Vozes, 2010.

HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. Cadernos Pagu (5), 1995. p.7-41.

HENN, R. OLIVEIRA, F. Jornalismo e movimentos em rede: a emergência de uma crise sistêmica. In: **Revista Famecos** v.22, n.3 (2015). Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/fass/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/20560>>. Acesso Dez, 2018.

HENN, Ronaldo. **El cibercontecimiento, producción y semiosis.** Barcelona: Editorial UOC, 2014.

HENN, Ronaldo. O cibercontecimiento. In: VOGEL, D., MEDITSCH, E, e SILVA, G.. **Jornalismo e acontecimento: tramas conceituais.** Florianópolis: Insular, 2013. p. 21-34.

HERMES, G. **Teorias Semióticas em uma Perspectiva Estética.** 1. ed. Curitiba: CRV, 2013.

HISSA, Cássio E. Viana. **Entrenotas.** Compreensões de pesquisa. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** – São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência:** tradução Susana L de Alexandria. 2 ed – São Paulo: Aleph, 2009.

- KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. 2 ed. São Paulo: Edusp, 2001.
- LEAL, Tatiane. Chega de Fiu Fiu: Mobilização Feminista e Direito à Cidade na Era da Internet. Anais do **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.
- LEITE, Rosalina de Santa Cruz. Brasil Mulher e Nós Mulheres: origens da imprensa feminista brasileira. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v.11, n.1, p. 234- 241, jan.-jun. 2003.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura** / tradução de Carlos Irineu da Costa.— São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LOURO, Guacira Lopes. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. IN: **Pro-Posições**, v. 19, n. 2 (56) - maio/ago. 2008.
- LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 6 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- LOURO, Guacira Lopes. **Um corpo estranho** – Ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015.
- LOURO, G. L. Pedagogias da Sexualidade. In: LOURO G. L (organizadora) **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2ª Ed. – Belo Horizonte: Autêntica, 2000.
- MALDONADO, A. E. Pesquisa em comunicação: trilhas históricas, contextualização, pesquisa empírica e pesquisa teórica. In: MALDONADO, A. E et al. **Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2011. 294 p. (p.277-303).
- MALDONADO, Alberto Efendy. Transmetodologia, cidadania comunicativa e transformação tecnocultural. **Revista Intexto**, Porto Alegre, n. 34, p. 713-727, set./dez. 2015. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58439>>. Acesso em 17 de jun. 2018.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@ internet e a #rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais** – Porto Alegre: Sulina, 2013.
- MATA, Maria Cristina. Ciudadanía comunicativa: los desafios de una construcción categorial. In: DA PORTA, Eva y SAUR Daniel (coords). **Giros teóricos em las ciencias sociales y humanidades**. Comunicarte-CEA, Córdoba, 2008.
- MATEUS, S. A etnografia da comunicação. In: **Revista Antropológicas**. Nº 13, 2015.

MEDITSCH, Eduardo. **O jornalismo é uma forma de conhecimento?** Florianópolis, 1997. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.pdf>> Acesso em Jan.2019.

MEYER, D. E. Gênero e educação: teoria e política. In: LOURO, G.L ; FILIPE, J. ; GOELLNER, S.V (Org.). **Corpo gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. 8.ed. – Petropolis, RJ: Vozes, 2012.

MIGUEL, Ana de; BOIX Montserrat. Os gêneros da rede: os ciberfeminismos. In: NATANSOHN, Graciela (Org). **Internet em código feminino**. Teorias e práticas. Buenos Aires: lcrj futuribles, 2013.

MONJE ét al. Ciudadanía comunicativa: aproximaciones conceptuales y aportes metodológicos. In: PADILLA FERNANDÉZ, Adrian. **Metodologías transformadoras “Tejiendo la red em comunicación, educación, cidadania, e intergración em America Latina”**. Caracas: Fondo editorial CEPAO: UNESR, 2009. p. 179-199

MONTARDO, Sandra; ARAÚJO, Willian. Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais. **Revista Famecos**. Porto Alegre, v. 20, n. 2, pp. 472-494, maio/ago. 2013.

MORAES, Maria Lygia Quartim de. Feminismo e política: dos anos 60 aos nossos dias. **Estudos de Sociologia**, Araraquara, v.17, n.32, p. 107-121, 2012. Disponível em <
<https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/viewFile/4930/4119>> Acesso em Jan. 2019.

MUZART, Zahidé Lupinacci. Uma espiada na Imprensa das mulheres no século XIX. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, 11(1): 336, jan-jun -2003.

PEDRO, Joana Maria. Narrativas fundadoras do feminismo: poderes e conflitos (1970-1978). **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 26, n. 52, p. 249-272, 2006.

PERUZZO, Cecília M. K. **A comunicação no desenvolvimento comunitário e local, com cibercultur@**. In: XXI Encontro Anual da Compós, 2012. Anais do XXI Encontro Anual da Compós. Juiz de Fora, MG: Compós, 2012. p. 1-15.

PERUZZO, Cecília M. K. Movimentos sociais, redes virtuais e mídia alternativa no junho em que “o gigante acordou”(?). In: **Revista Matrizes**. Ano 7 – nº 2 jul./dez. 2013 - São Paulo – Brasil, p.73-93.

PERUZZO, Cecilia M. K. **Possibilidades, realidade e desafios da comunicação cidadã na Web**. In Anais do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

PISCITELLI, Adriana. Gênero: a história de um conceito. In: ALMEIDA, Heloísa B; SZWKO, José. **Diferenças Igualdade**. São Paulo: Berlendis & Vertecchia, 2009.

PINTO, Celi Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2003. (Coleção História do Povo Brasileiro)

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, história e poder. **Revista Sociologia Política**, Curitiba, v. 18, n. 36, p. 15-23, jun. 2010.

PRIMO, Alex. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede** – Porto Alegre: Sulina, 2013, p.13-36.

QUERÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos, Revista de comunicação cultura e educação**, n. 6, 2005, p. 59-76.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo**: elementos para discussão. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando. (org.). *Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009 b, p. 269.

RECUERO, Raquel. **Conversação em rede: a comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. 2 ed. Porto Alegre: Sulina, 2014

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIGITANO, Maria Eugenia. Redes e ciberativismo: notas para uma análise do centro de mídia independente. **I Seminário Interno do Grupo de Pesquisa em Cibercidades, FACOM-UFBA**. Outubro de 2003.

RODRIGUES, Laís Modelli. **Blogs coletivos feministas: um estudo sobre o feminismo brasileiro na era das redes sociais na internet**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho. Bauru, 2016.

SÁ, Simone. POLIVANOV, Beatriz. AUTO-REFLEXIVIDADE, COERÊNCIA EXPRESSIVA E PERFORMANCE COMO CATEGORIAS PARA ANÁLISE DOS SITES DE REDES SOCIAIS. In: **Revista Contemporânea** comunicação e cultura - v.10 – n.03 – set-dez 2012 – p. 574-596.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A gramática do tempo**: para uma nova cultura política. São Paulo: Cortez, 2006.

SANTOS, Magda Guadalupe. **O feminismo e suas ondas**. In: Cult. Online. Setembro de 2017. Disponível em: < <https://revistacult.uol.com.br/home/entenda-o-feminismo-e-suas-ondas/> > Acesso em 22 de Nov.2016.

SARTI, Cynthia Andersen. O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória. *Revista de Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 12, n. 2, p. 35-50, ago. 2004.

SCHLINDWEIN, Ana Flora. **Dos periódicos oitocentistas ao ciberfeminismo: a circulação das reivindicações feministas no Brasil.** Dissertação de Mestrado. Instituto de Estudos da Linguagem e ao Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo. Campinas, 2012. 140 p.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade.** Vol. 20 (2), jul/dez. 1995.

SILVA I.D.F.; PAIVA, C.C. Ciberativismo e democracia nas redes sociais. Um espaço de reivindicações e direitos. In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Mossoró -RN –2013

Silveira, Sergio A. Ciberativismo, cultura hacker e o individualismo colaborativo. **Revista USP**, São Paulo, n.86, p. 28-39, junho/agosto 2010.

SITE CATARINAS. Catarinas.Info. 2016. Disponível em: <<http://catarinas.info/>> Acesso em jun.2018.

SOUZA, VANESSA C. Z. De. **Chega de Fiu Fiu: O papel do ciberfeminismo na construção do feminismo na era da Web 2.0.** Trabalho de Conclusão de Curso. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho. Bauru, 2015.

TEIXEIRA, Thays S. H. **Perspectivas sobre a cidadania comunicativa: um olhar metodológico dessa interface.** In Anais do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil.** São Paulo: Brasiliense, 1999.

TOMAZETTI, Tainan Pauli. O feminismo na era digital e a (re)configuração de um contexto comunicativo para políticas de gênero. **Razón y palabra.** n 90, Junho – agosto 2015.

TORET, Javier. Una mirada tecnopolítica sobre los primeros días del #15M. In: **Comunicación y Sociedad Civil.** 2012.

VEIGA DA SILVA, Marcia. **Masculino o gênero do jornalismo: modos de produção da notícia.** Serie Jornalismo a Rigor. V.8. Florianópolis: Insular, 2014.

VEIGA DA SILVA, Marcia. Masculino o gênero do jornalismo: modos de produção da notícia. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

VEIGA DA SILVA, Marcia; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. A contribuição do jornalismo para a reprodução de desigualdades: um estudo etnográfico sobre a produção de notícias. In: **Verso e Reverso**, XXV(60): 183-192, setembro-dezembro 2011. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2011.25.60.05/599>> . Acesso em: 28 out. 2016.

VEIGA DA SILVA, Marcia; MARROCO, Beatriz. O feminino no “livro de repórter”: Uma mirada epistemológica de gênero sobre as práticas jornalística. **Brazilian Journalism Research**: v. 14, nº 1, Brasília: SBPJor, 2018.

WOITOWICZ, Karina Janz. 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**. Vol. 2. Nº 1. Ano 2012.

WOITOWICZ, Karina Janz. Páginas que resistem: A imprensa feminista na luta pelos direitos das mulheres no Brasil. **VI Congresso Nacional de História da Mídia**. Niterói, RJ. UFF. 2008.

ZAGO, G. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011.

ZAGO, Gabriela. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. In: PRIMO, Alex (Org.). **Interações em rede** – Porto Alegre: Sulina, 2013, p. 21-231.

ZENIDARCI, Soloni Maria Rampim; SILVA, Elissa Schpallir. Ativismo Feminista Online: O Caso da *Hashtag* #primeiroassedio. **Anais 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba - PR – 04 a 09/09/2017.

ZIGONI, Luísa; BORTOLON, Bianca. 32 contra todas: análise da rede de denúncia e solidariedade no Twitter. **Anais XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – São Paulo - SP – 05 a 09/09/2016.

APÊNDICE A – ROTEIRO ENTREVISTA

Sobre

1. Como surgiu a ideia de criar o Portal?
2. Você comentou que o coletivo ainda não possui uma estrutura ou espaço físico. Vocês têm intenção ou projeto de criação desse espaço?
3. Vocês se colocam como um portal jornalístico com perspectiva de gênero. Porque essa denominação? No site, vocês falam que ele vai além da mulher e do gênero, mas também com relação à sexualidade.

Produção

4. Como vocês se organizam para discutir pautas, coberturas, enfim?
5. Vocês tem a preocupação com uma linha editorial, que parte de 3 momentos, como se deu essa escolha? Como vocês se dividem para realizar esse trabalho?
6. O portal tem varias colaboradoras, colunistas, como se dá o processo de produção de conteúdo? Como se deu a formação desse grupo?
7. De que maneira o grupo se organiza para produzir e circular conteúdo?
8. Há uma organização coletiva quanto a narrativa e formas de publicação? Em função da linguagem e da linha de atuação? Se mesmo com tantas mulheres de diferentes áreas de atuação e conhecimento, há um padrão uma linha a ser seguida?
9. Que tipo de ferramentas vocês usam para produzir o conteúdo?
10. Vocês se colocam como jornalismo independente, além da perspectiva de gênero, de que maneira vocês se distanciam ou constroem pontes com o jornalismo de massa?
11. Como é o trabalho de edição?

Perspectivas de gênero/feministas

12. São muitas as mulheres que participam do coletivo, como vocês lidam com as diferentes perspectivas feministas?

13. Vocês se filiam à alguma corrente feminista?

14. Vocês têm algum contato/apoio com os estudos de gênero/feministas?

Relação Público/Estratégias

15. Vocês trabalham com alguma estratégia para aumento de seguidores e de visibilidade?

16. Como vocês se relacionam com o público do coletivo?

17. O Facebook é a ferramenta que vocês mais utilizam e tem um número maior de seguidores, vocês preferem esse espaço para circular o conteúdo do site?

18. Quem é o público do Catarinas?

19. Vocês fizeram em março deste ano um evento para uma conversa com sugestões de pautas, como foi a experiência?

20. De que maneira procuram estabelecer ou possibilitar formas de conversação com o público?

21. Em alguns coletivos é possível enviar sugestões de pautas ou material, como vocês vêem isso?

22. O blog Somos muitas era utilizado antes de o portal ser criado ou era pra ele servir como mais um espaço do Catarinas?

23. Vocês participaram do fazendo gênero, como foi a experiência?

24. Além do financiamento coletivo, e do leilão tem alguma outra forma para sustentação e viabilização do portal?

25. Como é a relação entre o grupo de trabalho? Existe ou existiu algum conflito em algum momento na produção de algum material ou pauta?

APÊNDICE B - COLETA CATARINAS

Encontra-se disponível para acesso no link:

https://drive.google.com/open?id=12OUaKp0JNSC_uszZ9G43JOwDsEB1QUK

R

APÊNDICE C – ENTREVISTA COM CLARISSA PEIXOTO

Encontra-se disponível para acesso no link:

https://drive.google.com/open?id=1J_mHjTZ6ggVn9i-Tu3ZN3_QYLNC6Qf8o