
Perspectivas digitais na produção de conteúdo jornalístico feminista: plataformas e estratégias da Revista AzMina¹

Letícia de Faria Ávila Santos²
Katarini Giroldo Miguel³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Resumo

O presente artigo desenvolve uma discussão exploratória da estrutura comunicativa da Revista AzMina, a partir de suas redes sociais e estratégias digitais para a compreensão das transformações do jornalismo, com ênfase no conteúdo com perspectiva de gênero. Realizamos a observação e caracterização das redes e plataformas gerenciadas pelo coletivo, durante o mês de junho de 2019, e propusemos uma interlocução com os conteúdos teóricos sobre as novas mídias, feminismo e ativismo no ambiente em rede para entender, de maneira empírica, as propostas e o potencial das narrativas do AzMina.

Palavras-chave

AzMina; gênero; jornalismo; redes sociais.

1. Introdução

A abordagem exploratória deste presente artigo reflete os caminhos teóricos e reflexivos entre feminismo, midialivrismo e jornalismo, elementos de investigação de uma pesquisa mais ampla, vinculada a uma dissertação de mestrado. Portanto, parte de observação em andamento sobre as transformações do jornalismo no contexto midialivrista (MALINI, ANTOUN, 2013), de conteúdos colaborativos, interseccionais⁴ e, sobretudo, ativistas, ou seja, preocupados em estender a narrativa para a defesa de uma causa, envolver a leitora e pluralizar o debate sobre gênero.

Situamos a Revista AzMina como um coletivo de produção jornalística com perspectiva de gênero que propõe desenvolver pontes narrativas que visibilizam

¹Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Gênero, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista, mestranda no Programa de Pós-Graduação Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: le.lele.avilla@hotmail.com.

³ Jornalista, doutora em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo, docente nos cursos de Jornalismo e no Mestrado em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: katarini.miguel@ufms.br.

⁴ A interseccionalidade pode ser definida como uma teoria social, estudo de sobreposição ou intersecção das identidades sociais, de observar as relações humanas a partir de localidades sociais de raça, gênero, sexualidade, nacionalidade e religião, com diferentes correntes teóricas e autores pós-coloniais e/ou decoloniais (PELUCIO, 2012).

conteúdos considerados fora da ordem vigente, ou contra-hegemônicos, como iniciativas de direitos humanos, combate ao racismo, machismo e homofobia, violência contra a mulher, políticas públicas, direito ao corpo e aos espaço público, dando visibilidade aos temas, a partir da proposta midialivrista que “substitui as formas democráticas representativas e midiáticas por núcleos centralizados (Estado), e seus órgãos de ação (instituições) por uma democracia de participação interativa, constituindo uma rede de ação direta” (MALINI, ANTOUN, 2013, p.143).

A nova mídia desenvolve sua cobertura como um documentário ficcional cujo roteiro vai sendo escrito através das fabulações narradas pelos próprios participantes. Se ela pode abandonar a isenção jornalística e permanecer veraz, deve ser porque sua evidente adesão ao acontecimento se faz para proveito da vida do jornalismo. Disposta a construir o acontecimento por todos os meios que o sistema hipermídia é capaz de operar, recebe uma contrapartida ética endereçada pelo próprio acontecimento para sua atitude, devolvendo-lhe a força da verdade. Porque nela o acontecimento recebe de volta o esplendor de sua neutralidade e estranheza, tornando-se de novo um combate, um campo de batalha onde uma cibervitalidade esboça seus primeiros gestos balbuciando suas primeiras palavras (MALINI, ANTOUN, 2013, p.151).

Em iguais perspectivas, entrelaçada pelas características do midialivrismo e da produção de jornalismo com perspectiva de gênero, esta pesquisa parte da observação da Revista AzMina, a partir do movimento atual da quarta onda feminista, que tem como um dos destaques a forte presença do conteúdo feminista em rede. A mediação tecnológica não apenas aproximou e formou grupos feministas e de outros movimentos sociais, como também ajudou a criar uma interação para a produção de pautas e trabalhos feministas, tanto nas áreas da literatura, da arte e da própria comunicação; mulheres que utilizam a internet para produzir, veicular e trocar informações sobre feminismo, empoderamento e direito das mulheres (PISCITELLI, 2009).

É importante demarcarmos este momento para o entendimento das construções midiáticas, em especial, das características dessas produções vinculadas às redes para produzir e disseminar os feminismos em suas diferentes localidades sociais, envolvendo gênero, raça, sexualidade, classe, nacionalidade e religião.

A Revista AzMina é uma produção jornalística, situada no portal web (www.azmina.com.br) e também nas plataformas Youtube, Facebook, Twitter e Instagram; surge em 2015 e se caracteriza como “jornalismo e educação pela equidade; informação e educação feminista e independente”⁵.

⁵ Disponível em: <http://azmina.com.br/quem-somos/>. Acesso em 18 de junho de 2019.

Com produções jornalísticas viabilizadas por campanhas de financiamento coletivo, o coletivo transcende a atuação para organização de debates, consultorias e campanhas sobre os direitos da mulher, entra em uma corrente midialivrista que não só estabelece um novo modelo de negócios para a prática jornalística, mas foge também do fazer tradicional jornalístico entendido na perspectiva do *hard news*, declarado espelhado e imparcial.

Conta com uma equipe de cerca de nove mulheres e mais 15 colaboradoras, entre jornalistas, publicitárias, psicólogas, advogadas e outras profissionais, sempre mulheres. Como ferramenta de participação e colaboração, a Revista criou o Conselho Editorial de Leitor@. Nesse espaço, os assinantes fixos podem participar de reuniões de pauta, interferir nos formatos e discutir assuntos pertinentes à elaboração editorial. Com variação de 10 a 50 reais, as colaborações fixas e assinaturas do site são umas das formas de captação de recursos para as produções; dinheiro utilizado, segundo AzMina, para custear as matérias, salários e custos burocráticos. Somando conteúdo jornalístico e também feminista, declara-se:

O que nós fazemos é jornalismo

Todas as reportagens publicadas na Revista AzMina seguem os princípios básicos do bom jornalismo:

Checagem de fatos: nós conferimos se todas as informações são reais, antes de publicá-las. Isso quer dizer que vamos atrás da fonte original da informação para não correr o risco de publicar notícia falsa (fake news) ou fora de contexto

Ouvir todos os lados: se uma pessoa, grupo ou organização é acusada de algo, vamos ouvir qual seu posicionamento em relação a isso e publicar Pluralidade e diversidade de vozes, histórias e abordagens. Jornalismo também é dar voz para todos os envolvidos

Sim, nós somos feministas

AzMina não tem vergonha de dizer que é feminista. Na verdade, achamos que todos os veículos jornalísticos deveriam ser. Porque ser feminista quer dizer que acreditamos que homens e mulheres devem ter direitos iguais. Isso é o básico, não acham? Mas infelizmente o mundo não é assim e queremos usar a informação para mudar esse cenário e combater a violência contra a mulher em todas as suas formas.

Um dos pontos de partida é mudar a forma como a mídia aborda a mulher.

Aqui você nunca vai ver:

Mulher ser culpada pela violência sofrida

Homofobia e racismo

Reprodução de padrões estéticos e de beleza

Estereótipos de gênero⁶

Compreender as narrativas pluralizadas do ciberespaço, disponíveis em sua maioria gratuitamente e também a partir de imersões em reivindicações e levantes sociais de igualdade de gênero, faz-se fundamental para visualizarmos a importância do

⁶Disponível no link: <https://azmina.com.br/sobre/apoie/> Acesso em 19 de junho de 2019.

ambiente em rede para o desenvolvimento de novos meios, mais democráticos e participativos. Segundo Manovich (2006), os meios de comunicação e as linguagens estão em processos de transformação na era digital. Assim também, o processo de convergência midiática, pelo desenvolvimento acelerado dos meios tecnológicos e da utilização destes nos processos sociais, desenvolve uma cultura de convergência (JENKINS, 2009).

Tais imbricações refletem tanto no modo de produzir quanto de consumir conteúdo, em um universo que desenvolve informação a todo instante; rápida, difusa, participativa, em um ambiente virtual que cria e recria a todo instante. Se a lógica dos velhos meios, como a televisão e o rádio, correspondia com “os princípios da sociedade industrial de massa, a percepção dos novos meios encaixa-se na sociedade pós-industrial, permitindo valor à individualidade, abrindo mão de conformismos” (MANOVICH, 2006, p. 88). As relações com os novos meios configuram um processo mais do que instrumental, e sim cultural e social, que revela que a informatização da cultura não apenas conduz ao surgimento de novas formas culturais como também redefine as que já existem, desenvolvendo uma co-relação dos meios velhos e novos, a partir de um processo de transformação (MANOVICH, 2006).

Por conseguinte, se a noção popular dos novos meios está relacionada a distribuição pelo computador; mais concretamente a produção a partir de ferramentas como as tecnologias de software é a chave desta questão, já que também “a revolução dos meios informáticos afetas todas as fases da comunicação, e também a captação, manipulação, armazenamento e distribuição” (MANOVICH, 2006, p.64).

A proposta deste artigo surge, então, para discutir como os novos meios tecnológicos, numa miríade entre tecnologia e cultura, relacionam-se na produção de conteúdo segmentado, a partir da investigação da estrutura comunicativa da Revista AzMina. Para tanto, ademais de uma investigação de mestrado em andamento com mesmo objeto empírico o que nos permite construir determinadas hipóteses e acumular informações pertinentes, realizamos uma observação sistemática das redes sociais do coletivo durante o mês de junho de 2019.

Observamos na pesquisa exploratória, integrante à dissertação de mestrado, que determinadas práticas jornalísticas nas redes, a exemplo a Revista AzMina, encontram-se pautadas por características midialivristas, que buscam, ao utilizar estratégias do ativismo na internet, democratizar o conhecimento e pluralizar as fontes (BENTES,

2015), e neste caso, a partir dos conteúdos jornalísticos produzidos com perspectiva de gênero. Assim, a partir de uma abordagem qualitativa com objetivo exploratório (GIL, 2002), caracterizamos as redes Twitter, Facebook, Youtube e Instagram para entender como esses recursos possibilitam e potencializam (ou não) a construção destas narrativas.

2. AzMina nas redes: diálogo entre tecnologias, jornalismo e feminismo

Com uma ampla quantidade de plataformas disponíveis em rede, surgem diferentes narrativas: textuais, imagéticas, colaborativas ou ativistas; em distintos formatos de redes sociais digitais, que se apropriam das ferramentas e estratégias comunicativas disponíveis.

Neste sentido, nos parece que, quanto mais plural for o desenvolvimento de conteúdos nos ambientes em rede, mais ampliará seu alcance e transcenderá o ambiente virtual. Tendência observada na variabilidade de plataformas que AzMina utiliza, sendo, portanto, além do portal, Facebook, Twitter, Instagram e Youtube para a produção e divulgação de suas notícias, reportagens, campanhas, documentários da própria causa.

Assim, se na sociedade industrial todos poderiam desfrutar de uma seleção igual de bens culturais, na pós-industrial cada cidadão desenvolveu seu próprio estilo de vida, a partir um grande número de opções disponibilizadas, quando ele mesmo não se torna um produtor de cultura e ou um consumidor. A ótica de convergência, portanto, surge na criação de um fluxo vivo, com uma circulação de conteúdos que depende da participação ativa dos consumidores; não como processo meramente tecnológico, e sim transformação cultural (JENKINS, 2009).

Num contexto em que a tecnologia nos oferece um nível cada mais surpreendente de interatividade, o desenvolvimento das que vem sendo aplicadas na construção de computadores sinaliza aos designers com métodos de experimentação pouco convencionais que, em seus projetos, direcionam a pesquisa e a resolução de problemas complexos para rotas inéditas de reflexão (BITARELLO, BRAZ, CAMPOS, p.6).

O portal, como o ambiente Web que suporta nesta convergência a própria revista e as redes sociais digitais, apresenta uma estrutura de barra de rolagem, priorizando imagens e notícias em slides rotativos na página inicial. Conta com as seções, na parte superior: *Reportagens* (editorias jornalísticas), *Opinião* (artigos), *Especiais* (reportagens investigativas), *Quem somos*, *PenhaS* (aplicativo de combate à violência contra a mulher), *Apoie* (visando o financiamento), juntamente com os acessos do Twitter, Facebook, Instagram e Youtube disponíveis às demais plataformas da Revista. O layout

é colorido e iconográfico, utilizando, prioritariamente, as cores rosa e azul, tensionando uma possível referência binária, nas fontes, imagens, fundos e ilustrações, conforme vemos na imagem abaixo, que já fornece indicativos das abordagens plurais.



Figura 1: Portal da Revista AzMina

No Facebook⁷, a página da Revista AzMina foi criada em 2015, mesmo ano do portal, possui mais de 130 mil curtidas e declara-se, na categoria Sobre, “jornalismo independente, crítico, divertido e gratuito pra mulheres de A a Z”, assim como “Empresa de mídia/ notícias” e “Organização sem fins lucrativos”.

Apresenta, na parte superior da página, a mensagem “Assine nossa newsletter”, convidando as usuárias à assinatura para receber as reportagens pelo e-mail. Com a frequência de atualização semanal de cerca de cinco postagens, segundo nossas observações, a fanpage reproduz cartilhas (a exemplo “Trans e gay é a mesma coisa? Entenda a diferença de gênero e orientação sexual”), reportagens especiais, ilustrações sobre feminismo e empoderamento feminino e demais conteúdos vinculados ao portal web, com assuntos que abrangem além do feminismo, maternidade, machismo, racismo, homofobia, violência contra a mulher e direitos da mulher.

No mês de junho, verificamos os temas: 1) sexualidade e corpo feminino, 2) identidade de gênero e transexualidade, 3) orgulho LGBTQI++, e, pela ocasião especial do presente mês, a pauta da Copa do Mundo Feminina de Futebol na França estava em evidência, com conteúdos jornalísticos próprios, como as reportagens “Em casa, futebol sempre foi coisa de mulher” e “A necessidade da desobediência”.

Também apresenta propostas de interação com as usuárias, a partir da chamada: “E aí, já organizou o churrasco para ver os jogos?”. Contudo, verificamos uma participação pequena, com cerca de dois comentários apenas por postagem. De toda

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/revistaazmina/> Acesso em 27 de junho de 2019.

forma, os comentários, de maneira geral nos posts da página do Facebook em todos os conteúdos, apresentaram um número maior de comentários, com cerca de cinco a 20 por post, e com compartilhamentos variáveis, de cinco a 300, dependendo do conteúdo; a exemplo o artigo “Não sei se o Neymar cometeu crime de estupro, mas sei que cometeu o de assédio sexual virtual”⁸.



Figura 2: Facebook da Revista AzMina

Apresenta uma cartilha disponível em hiperlink sobre a Copa, com o título “Guia para acompanhar a Copa do Mundo de Futebol Feminino”⁹, um guia com os jogos, as escalações e informações sobre as jogadoras das seleções. Vale frisar aqui, no aspecto do conteúdo jornalístico propriamente, a abordagem para além de ciberativista, também interseccional e aprofundada. Um exemplo é a reportagem sobre a desigualdade das mulheres no futebol, como a matéria “‘Autoriza o árbita’: a luta invisível das mulheres que apitam futebol no Brasil”, de 11 de junho de 2019¹⁰.

Igualmente no Facebook, existe o grupo fechado “Conselho de Leitores da Revista AzMina”, com 300 membros, em referência ao formato de Conselho Editorial participativo. O hibridismo do jornalismo relacionado ao conteúdo de gênero, portanto, soma-se ainda às características dos novos meios e da mídia livre, por produzir e veicular conteúdo gratuito e declarado independente.

O modelo de negócios, a partir das assinaturas e contribuições financeiras, é citado em um post com hiperlink para a plataforma de financiamento coletivo

⁸ Disponível em: encurtador.com.br/ahuvY Acesso em 27 de junho de 2019.

⁹ Disponível em: https://azmina.com.br/colunas/guia-para-acompanhar-copa-do-mundo-de-futebol-feminino/?fbclid=IwAR2Bc5OnJ-CuI7_VXlZgDansCPi9nujZyJL--oSRL_JRCUuTvY90VVazPsl Acesso em 27 de junho de 2019.

¹⁰ Disponível em: encurtador.com.br/hFKPV Acesso em 27 de junho de 2019.

“Catarse”, com o seguinte questionamento: “Quer ser parte do combate ao machismo? Apoie quem faz informação séria e acessível aos direitos das mulheres!” O que evidencia a proposta mobilizadora, própria do ciberativismo (UGARTE, 2008). Como explicita Lemos (2009), as produções feministas encontraram certo amparo nas produções em rede, desenvolvendo caminhos a partir dessas novas condições tecnológicas:

A co-habitação entre as tecnologias e os movimentos sociais é um fato que marca a contemporaneidade, como por exemplo, o hacktivismo, as rádios comunitárias, dentre outras manifestações. De fato, a tecnologia é apenas uma perspectiva para se olhar para os movimentos sociais e, ao fazermos o uso desta lente, devemos pensar em que medida as novas tecnologias redimensionam esses movimentos. No caso do feminismo, e mais especificamente do ciberfeminismo, é preciso termos em conta as diferentes camadas e diferentes temporalidades que as tecnologias utilizadas por esses movimentos perpassam (LEMONS, 2009, p.8).

O Twitter da Revista AzMina, ativo desde abril de 2015, reivindica as noções de comunicação difusa, feminista e plural e conta com 11 mil seguidores, com 2.433 *tweets* e declara-se, como “jornalismo e educação feminista e independente”.



Figura 3: Twitter da Revista AzMina

Apresenta, como descrição da seção Sobre, a prestação de serviço de “conteúdo, palestras, consultorias, campanhas e cursos para equidade de gênero”. Como tweet fixado, post fixo na apresentação da página, mantém a campanha de financiamento coletivo, com o anúncio: “Com o valor de uma cervejinha por mês, você nos ajuda a produzir jornalismo feminista e contribui com a manutenção do nosso aplicativo de enfrentamento à violência contra mulher”.

O post fixo faz referência, ainda, ao PenhaS, aplicativo desenvolvido pelo AzMina com nome em referência à Lei Maria da Penha¹¹, disponível em iOS e Android,

11 Lei nº 11.340, de 7 de agosto de 2006. Cria mecanismos para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher, dispõe sobre a criação dos Juizados de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher;

para casos de violência contra a mulher. O aplicativo traz informações como mapa das delegacias da mulher e das estruturas de acolhimento, contendo também funções de botão de pânico (para ligar para cinco pessoas de confiança em caso de urgência), de produção de provas (o aplicativo grava o som ambiente para um momento de violência), além de possibilitar o diálogo com profissionais e mulheres colaboradoras.

Informar, criar redes de proteção e agir. O enfrentamento à violência contra mulher d’AzMina passa por todos esses passos. Ele começa na conscientização dos nossos direitos e da violência sofrida, passa por formar e nutrir uma rede de apoio que posso ajudar essas mulheres quando elas precisarem e desemboca na ação que dará um basta no relacionamento abusivo.

O aplicativo PenhaS buscou reunir e facilitar todas as fases desse processo. Se informar sobre as delegacias da mulher, conversar de maneira anônima sobre as violências sofridas, produzir provas contra o agressor ou traçar sua rota até pontos de acolhimento e denúncia e tantas outras ações reunidas em uma só plataforma¹².

Com uma média de cinco *tweets* por dia, o Twitter da Revista AzMina desenvolve-se, em consonância ao Facebook, como um modelo responsivo de conteúdo, compartilhando as matérias, reportagens e informações desenvolvidas e publicadas em primeira mão no portal. Faz o *retweet* também de demais fontes de informações sobre direitos das mulheres e feminismo e, assim como o Facebook, acompanhou a cobertura da Copa Feminina de Futebol, explorando ainda o tradicional modelo de jornalismo esportivo *twittando* os principais lances, os gols e os fatos especiais das partidas dos jogos que envolveram a seleção brasileira feminina.

Faz intenso uso das *hashtags* como potencial de organização e distribuição de conteúdo (HOLLANDA, 2018), configurando-se como ferramenta ciberativista. São exemplos as *hashtags* #CopaDazMina, #CopaDoMundoFeminina e #FIFAWomensWorldCup, que fizeram parte dos *tweets* sobre a Copa do Mundo. Outro exemplo de utilização de *hashtag*, comum na maioria dos posts, é a #ApoieAzMina, em referência ao financiamento da Revista. “Os feminismos em rede se empenham no uso e na forma de novos instrumentos em suas lutas. Mais do que defender racionalmente ideologias, os grupos produzem laços que tecem uma expressiva percepção comum” (HOLLANDA, 2018, p. 47).

Em uma perspectiva sobre as transformações dos espaços virtuais, pensando nas plataformas de informação audiovisual, como o Youtube; antes, para produzir e veicular

altera o Código de Processo Penal, o Código Penal e a Lei de Execução Penal; e dá outras providências.
12 Informação disponível no portal AzMina: <http://azmina.com.br/penhas/> Acesso em 19 de junho de 2019.

conteúdos fora de uma estrutura midiática, havia apenas blogs e fóruns que, muitas vezes, limitavam-se à linguagem textual. Estes ambientes em rede expandiram-se no que se refere às formas de expressão e as ferramentas disponíveis permitiram o uso das imagens e do vídeo como novas reconfigurações (PELLEGRINI, REIS, MONÇÃO, OLIVEIRA, 2009).

Neste sentido, realizar produção audiovisual com conteúdo feminista e ainda jornalístico é um dos pontos destacados pelo canal no Youtube da Revista AzMina¹³, onde constam 75 vídeos e 11 mil inscritos, número semelhante ao do Twitter. Os vídeos, de cerca de cinco minutos de duração, apresentando frequência de apenas uma ou duas produções novas por mês, trazem estruturas de entrevistas, documentários e média de 500 visualizações por vídeo. Seguem as pautas do portal, relacionadas à própria missão do coletivo, com temas como racismo, maternidade, machismo, violência contra a mulher, direitos da mulher.

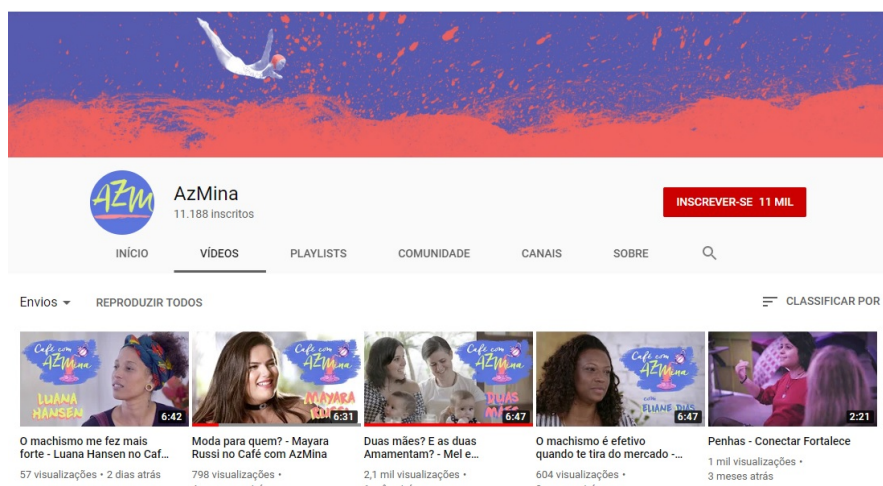


Figura 4: Youtube da Revista AzMina

A editoria “Café com AzMina” é um tipo de produção da Revista divulgada na plataforma do Youtube, que desenvolve entrevistas, de uma ou mais mulheres, sobre temáticas envolvendo empoderamento feminino, direitos das mulheres e outros assuntos; sempre conduzida por uma jornalista da equipe da produção, com cerca de seis minutos de duração. Um exemplo é o vídeo “Moda para quem? Mayara Russi no Café com AzMina¹⁴”. Uma modelo com 15 anos de carreira é entrevistada pela equipe,

13 Disponível em: https://www.youtube.com/channel/UCoyYnOCs_pr0oaXSitYi35g/videos Acesso em 27 de junho de 2019.

14 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=A7atpjzA3D0&t=65s> Acesso em 27 de junho de 2019.

que discute como os corpos gordos são tratados pela indústria da moda. A jornalista do portal inicia o diálogo com a personagem; e o formato jornalístico, portanto, é desenvolvido a partir das conduções da entrevista semi-estruturada; utilizando também título de matéria e um *lead* jornalístico, explicando brevemente o conteúdo do material.

Os vídeos disponíveis no Youtube da Revista AzMina também são utilizados de forma responsiva, sendo atrelados ao conteúdo do portal e apenas fixados na plataforma, que apesar de contar com ferramenta para manifestação e participação do público, a interação é pífia: uma média de 3 a 10 comentários por vídeo; sem respostas ou demais considerações do Canal.

Outro exemplo de material é o vídeo “Duas mães? E as duas amamentam? - Mel e Marcela no Café com AzMina”¹⁵, seguindo o mesmo modelo de entrevista e que debate um assunto fora da ordem vigente, por exemplo, a maternidade lésbica e os preconceitos sofrido pelas mães. Mais uma vez com uma jornalista no processo de condução, o vídeo, com aproximadamente seis minutos, apresenta duas mães que relatam os desafios e recompensas da maternidade de casais homoafetivos.

Assim, destacamos a pluralidade de assuntos relacionados às pautas de gênero como também de direitos da mulher, discutindo conceitos emancipatórios e relacionados à cidadania e ao direito reprodutivo; pautas interseccionais que fundamentam a quarta onda do movimento feminista, na qual, como mencionado anteriormente, a produção e distribuição de conteúdo feminista vincula-se às redes. Contudo, reconhecemos o baixo engajamento uma prática comunicativa, sobretudo, verticalizada.

Um dos apontamentos de Manovich sobre as compreensões dos novos meios desenvolve-se a partir do entendimento da importância da construção imagética como destaque da comunicação social a partir do século XX, apoiando-se no conceito de Alberto Klein, sobre a sofisticação das produções imagéticas (MANOVICH, 2006).

O conceito de imagem pode intensificar-se na variabilidade produtiva do ciberespaço e dos novos meios; produzindo várias versões e diferentes criações a partir de um conteúdo original. “Desenvolver um objeto midiático a partir de elementos pré-existentes e distribuídos comercialmente já existia nos velhos meios, mas a tecnologia dos novos meios ampliou e tornou mais fácil para efetuar” (MANOVICH, 2006, p.185). No ciberespaço, isto relaciona-se com a possibilidade de agir de forma ativa, imediata e de ser emissor do processo (PELLEGRINI, REIS, MONÇÃO, OLIVEIRA, 2009).

15 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=cLPvUH5onYI> Acesso em 27 de junho de 2019.

Na proposta de construção de narrativas imagéticas está a rede social Instagram. AzMina mantém um perfil na rede, @revistaazmina, onde se define como “empresa de mídia/notícias”, que atua com “jornalismo independente gratuito para mulheres de A a Z”, em referência a um de seus lemas, vinculando jornalismo e gênero como temáticas centrais de suas produções. Com mais de 40 mil seguidores, a página aproveita o potencial da rede explorando imagens, ilustrações, infográficos e vídeos.

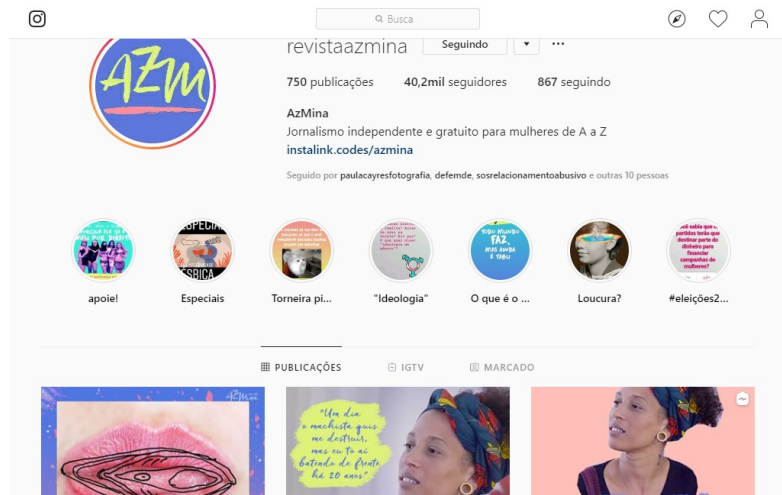


Figura 5: Instagram da Revista AzMina

Na parte superior do Instagram, onde constam os Destaques e também o IGTV, uma ferramenta que possibilita o armazenamento de vídeos, a página distribui os vídeos (os mesmos armazenados no Youtube, mas reproduzidos no Instagram) e também chamadas para matérias, disponibilizando hiperlinks para acessar os conteúdos, como a reportagem especial “Maternidade Lésbica”, o webdocumentário “Mulheres e funk – o dia a dia das MC’s” e a reportagem “Mulheres Imigrantes.” No total, a plataforma Instagram da Revista AzMina contém 750 publicações no feed, com uma média de 500 curtidas por foto e comentários, dependendo da postagem, que vão de 5 a 400. O número mais elevado de engajamento foi verificado no artigo de opinião “Não sei se Neymar cometeu estupro, mas sei que cometeu assédio sexual virtual”, assunto polêmico, postado no mês de junho.

Apesar de, como citado, as reportagens, matérias e demais elementos externos não estarem disponíveis para consumo na própria plataforma do Instagram, podem ser acessados mediante os hiperlinks disponíveis. Mais uma vez, temos o conteúdo utilizado de forma responsiva, não aproveitando as potencialidades de cada rede, contudo, pode haver aqui a intenção de agregar mais visibilidade e acesso ao portal web.

Outra característica interessante, é o aproveitamento da infografia jornalística para explicar os conteúdos com perspectiva de gênero, trazendo informações (precisas e sucintas, devido ao formato) e ao mesmo tempo, ilustrativas; facilitando a compreensão, divulgação e reprodução de temas complexos relacionados às temáticas sociais. Um exemplo é o infográfico digital “Trans e gay é a mesma coisa? Não! Entenda a diferença entre identidade de gênero e orientação sexual”. A partir de cinco imagens e tabelas explicativas sobre conceitos de sexualidade e gênero, apresentam as diferenças entre cis/trans, lésbica/gay/bissexual/heterossexual e, em um adendo, para finalizar, destacam a importância do respeito às identidades para combater a homofobia. Ainda apresenta um link para a reportagem completa no portal, e portanto, disponível como um trabalho mais aprofundado para leitura e compreensão do tema.

Com isso, caracterizamos a estrutura comunicativa da Revista AzMina e constatamos a utilização de importantes recursos para potencializar o entendimento das pautas relativas à gênero e suas correlações, assim como, a abordagem exploratória, nos permitiu verificar a disponibilidade e o tipo de conteúdos nos ambientes em rede do coletivo, com isso, buscamos discutir os resultados e melhorar nossos indícios para pesquisas futuras.

3. Considerações possíveis

A construção de conteúdo com perspectiva de gênero na Revista AzMina utiliza de diferentes redes sociais, portanto, Facebook, Twitter, Youtube e Instagram, e traça estratégias narrativas para discutir temas plurais como violência contra a mulher, homofobia, machismo, direitos das mulheres e empoderamento feminino, evidenciando as transformações da produção jornalística com conteúdos multimídias, diferentes linguagens, práticas ciberativistas para envolver a leitora, como utilização de *hashtags* e ferramentas de interatividade.

Tal estrutura comunicativa ainda pode ser entendida em uma perspectiva midialivrista, do meio enquanto movimento, o impulsionador da mobilização social, atuando a partir de contextos contra-hegemônicos para narrar histórias de pessoas, situações e conflitos que, pouco provavelmente, têm espaço nos veículos tradicionais. Ou seja, o desmonte da objetividade jornalística, sem negligenciar com tudo as técnicas e a ética jornalística no compromisso com a veracidade e na função social.

No escopo do conteúdo, notamos pautas interseccionais, textos interpretativos, personagens plurais, além de ilustrações e infográfico para aperfeiçoar a informação, entre outras abordagens que envolvem arte, comunicação e feminismo.

A abordagem exploratória das redes sociais possibilitou caracterizar os espaços e identificar essa pluralização e a tentativa de aproveitamento do potencial tecnológico, especificamente com o uso de aplicativos, mapas, infografia digital, produção audiovisual seriada, hiperlinks, porém, consideramos a possibilidade de ir além. Isso porque, todas as redes aderem a uma prática responsiva; apesar de utilizarem das ferramentas de cada plataforma para disporem de conteúdo de acordo (o uso de imagens no Instagram, os vídeos no Youtube), reproduzem os conteúdos armazenados no portal.

Com isso, as redes são subutilizadas numa lógica da reprodução que não investe em linguagens exclusivas, mais adequadas ao perfil de cada plataforma, o que poderia compor um conjunto informativo (e formativo) que se configuraria enquanto narrativa transmídia, com possibilidade de abranger a causa e o alcance das informações e ações. Além disso, há pouco engajamento das leitoras e seguidoras nos conteúdos, apesar de existirem espaços de manifestação, o que aponta para a necessidade de rever as estratégias, já que o feminismo se constrói coletivamente e a proposta midialivista pede a horizontalidade no processo comunicativo.

O uso das plataformas e do ambiente em rede para a criação e divulgação de pautas e ações feministas, assim como de outros movimentos sociais, não apenas visibiliza diálogos que não encontram espaço fora deste campo como também legitima a luta a partir do convite, voluntário e horizontal, de que pessoas façam parte desta e de outras causas sociais. As narrativas que abordam diferentes temas relacionados às pautas de gênero como também relativas aos direitos humanos, como machismo, racismo e homofobia, comprovam ainda a necessidade e potencialidade de debater temáticas que fogem dos centros hegemônicos e encontram voz nas produções em rede, a exemplo do conteúdo produzido pela Revista AzMina.

Neste sentido, observamos sim transformações, ainda que gradativas, da produção jornalística em conteúdos segmentados e no contexto midialivista, com propostas mais críticas, engajadas e democráticas, bem pertinentes à quarta onda feminista, mas há sempre como avançar, tanto na pesquisa quanto na prática feminista.

REFERÊNCIAS

BENTES, Ivana. **Mídia-multidão: estéticas da comunicação e biopolíticas**. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2015.

BITARELLO, Breno, BRAZ, André, CAMPOS, Jorge Lucio. **Lev Manovich e a lógica digital: apontamentos sobre a linguagem da nova mídia**. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bitarello-braz-campos-lev-manovich-e-a-logica-digital.pdf>
Acesso em 10 de junho de 2019.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002.

HOLLANDA, Heloisa Buarque de. **Explosão Feminista: arte, cultura, política e universidade**. 1 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009.
LEMONS, Marina Gazire. **Ciberfeminismo: Novos discursos do feminino em redes eletrônicas**. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC. São Paulo, 2009.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicacion: La imagen em la era digital**. Buenos Aires: Paidós, 2006.

PELEGRINI, Dayse Pereira; REIS, Diolinda Dias; MONÇÃO, Philipe Costa; OLIVEIRA, Ravel. Youtube. **Uma nova fonte de discursos**. Universidade Estadual de Santa Cruz, 2009.

PELUCIO, Larissa. **Subalterno quem, cara pálida?** Apontamentos às margens sobre pós-colonialismos, feminismos e estudos queer. Contemporânea – Revista de Sociologia da UFSCar. São Carlos, v. 2, n. 2, jul-dez 2012, pp. 395-418.

PISCITELLI, Adriana. **Gênero: a história de um conceito**. In: Diferenças, igualdade. ALMEIDA, Heloisa Buarque de Almeida; SZWAKO, José Eduardo (orgs.). São Paulo: Berleandis e Verrecchia, 2009. 118-148.

UGARTE, David de. **El poder de las redes: manual ilustrado para personas, colectivos y empresas abocados al ciberactivismo**. Edipucrs, 2008.