
Jornalismo feminino e feminista: uma análise do Portal Catarinas¹

Francielle ESMITIZ²

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

RESUMO

O 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 refletindo sobre as imbricações de gênero e jornalismo a partir do portal. Partindo dos estudos de gênero, abordo a constituição do jornalismo feminista desde o século XIX e tento fazer relações com o jornalismo feminista produzido atualmente. A partir de análise das publicações do portal no Facebook e entrevista com fundadora percebi que o jornalismo produzido pelo Catarinas subverte práticas masculinistas do jornalismo, posicionando-se a partir da perspectiva de gênero, construindo-se de forma colaborativa e horizontal, levando em consideração a subjetividade ao acionar a objetividade feminista, produzindo informação, conhecimento e ativismo.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo feminista; jornalismo e gênero; gênero; Portal Catarinas.

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 passou a ser conhecido como um movimento social organizado no início do século XX (Guacira Louro, 1997)³, desdobrou-se em três períodos, chamados de ondas e vive atualmente uma efervescência em função das tecnologias digitais e ferramentas de comunicação disponíveis, tais como os sites de redes sociais.

De modo geral, a história apresenta o feminismo como um movimento único. Contudo, é possível perceber uma pluralidade de vertentes políticas que o compõem. De acordo com Carla Garcia (2015), o feminismo em 1975 se espalhou pelo mundo demonstrando características, tempos e pautas próprias, transformando-se em um

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda e mestra em Ciências da Comunicação pela Unisinos, e-mail: fran.esmitiz@gmail.com

³ Trago o primeiro nome das autoras por acreditar que seja uma forma de dar visibilidade às suas produções acadêmicas.

movimento múltiplo. Sendo assim, podemos chamar de feminismos, movimento plural e com agendas diversas (Dagmar MEYER, 2012).

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

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 esses grupos não sejam silenciadas, e mais do que isso, visibilizando esses grupos para que suas diferenças não sejam transformadas em desigualdades.

Este texto é um recorte da minha dissertação intitulada “Jornalismo feminista: uma análise dos processos de comunicação em rede do Portal Catarinas” e tem por objetivo refletir sobre jornalismo e gênero, analisando a produção jornalística do portal a partir de critérios técnicos sociais e narrativos.

Jornalismo Feminista

As feministas perceberam 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.

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, assim como outras coisas, como trabalhos manuais, conselhos sobre saúde e economia doméstica.

Os periódicos feministas brasileiros começaram a surgir em meados do século XIX, editados por mulheres que defendiam os direitos femininos. O “Sexo Feminino” foi lançado em 1873, em Minas Gerais, pela professora Francisca Senhorinha da Motta Diniz. O jornal tinha uma tiragem de 800 exemplares e defendia a educação, instrução e emancipação da mulher. (BUITONI, 1986; PINTO, 2003).

O “Jornal das Senhoras” publicado pela primeira vez em janeiro de 1852 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. Os temas abordados pelo jornal eram moda, belas artes, literatura, teatro e crítica. O primeiro jornal redigido somente por mulheres. (BUITONI, 1986; Zahidé MUZART, 2003)

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 do 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. Outro exemplo dado pela autora é 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.

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. Acreditava que a educação da mulher era uma forma de liberação, Josephina publicou em seu jornal diversos artigos sobre o sufrágio, exigindo a igualdade prometida pela República, na época recém estabelecida. (MUZART, 2003).

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. 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.

Karina Woitowicz (2008) entende 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.

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 tiveram lugar. 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.

É significativo o esforço das mulheres em refletir sobre sua condição. Através dos meios de comunicação disponíveis em suas épocas elas criaram publicações para disseminar suas ideias e pensamentos, fazendo da comunicação uma ferramenta de ação política. 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.

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

Através de pesquisa exploratória cheguei ao mapa do jornalismo independente realizado pela Agência Pública⁴, foi possível identificar 11 iniciativas de jornalismo feminista, entre elas: 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. Em 2013 aconteceram as primeiras manifestações feministas desse século, talvez um indício de que os coletivos começaram a surgir a partir da necessidade de debater pautas feministas no espaço digital.

Jornalismo e Gênero

O conceito de gênero surge no decorrer da segunda onda do feminismo. É durante esse período que um grupo de estudiosas estadunidenses passa a utilizar o termo *gender*, gênero em português, na busca por 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 focar o caráter social não nega que gênero é construído sobre corpos sexuados, mas evidencia “a construção social e histórica produzida sobre características biológicas.”

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).

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. Judith Butler (1999, p. 153 apud LOURO, 2012) afirma que “a diferença sexual [...] não é,

⁴O 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.

nunca, simplesmente, uma função de diferenças materiais que não sejam, de alguma forma, simultaneamente marcadas e formadas por práticas discursivas. Alinne Bonetti (2011, p.3) 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.

Gênero é produto e efeito das relações de poder, compreendo-o como uma construção histórica, social, cultural e lingüística 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.

Márcia Veiga da Silva (2010, p.48), 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, afirmando que as notícias, as práticas e a empresa jornalística são 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.

Como coloca Donna 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 de forma relacional e 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).

Veiga da Silva (2018) 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, 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 nos livros “fazem emergir o feminino interditado e inferiorizado nas hierarquias de valores do jornalismo, o que nos indica outras possibilidades de prática.” (VEIGA DA SILVA, MAROCCO, 2018, p. 49). As autoras salientam que ainda que as lógicas observadas pelas autoras sejam praticadas por mulheres não se restringem apenas a mulheres.

Nessa perspectiva, Jéssica Costa (2018, p. 189) propõe a partir da objetividade corporificada de Haraway (1995) uma objetividade feminista no jornalismo. Para a autora a objetividade feminista é sempre provisória e submetida a uma reflexão contínua levando a subjetividade em consideração. A objetividade feminista é responsável, subjetiva e implica em compreender a parcialidade da visão de mundo que defende.

A emergência do feminino através das práticas descritas por 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 no jornalismo têm na internet e nos coletivos um espaço profícuo. Os coletivos feministas, em especial o Portal Catarinas, têm adotado práticas que podem ser entendidas a partir da lógica proposta por Veiga da Silva e Marocco (2018), 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, ao se posicionar, rompe com a noção de objetividade neutra a partir da objetividade corporificada feminista (HARAWAY, 1995; COSTA, 2018).

Com a internet, os processos de produção, circulação e consumo de informações fazem com que os coletivos midiáticos (AQUINO BITTENCOURT, 2016) e a mídia de massa disputem pela audiência que está em diferentes espaços de publicação, aumentando e diluindo o fluxo dessas mídias. 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.

Análise do Portal Catarinas: jornalismo feminino e feminista

Para compreender e identificar às dinâmicas de produção e circulação de conteúdo fiz uma coleta do material publicado no site e na página do Facebook do Portal nos meses de março e abril de 2018, para identificar o que era publicado pelo portal e de que forma era publicado. Além disso, entrevistei uma das fundadoras do portal, a entrevista foi realizada em Santa Catarina na manhã do dia 10 de novembro de 2017. Optei pela entrevista semi-aberta, estruturada em um roteiro-base com perguntas a partir de pontos-chave para compreender o portal: 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.

Para compreender os processos de comunicação em rede do portal Catarinas, me inspiro na 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 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 passaram a contar com o apoio da jornalista Ana Claudia Araújo.

Para criar o Catarinas e viabilizar sua sustentabilidade inicial foi necessário criar uma campanha de financiamento coletivo, ambientada na Catarse⁵, uma plataforma de financiamento coletivo para projetos, com o objetivo de arrecadar 16.575,00 reais. A campanha foi lançada, no dia 08 de março de 2016 e encerramento no dia 21 de abril de 2016. O coletivo arrecadou o total de R\$ 16.985,00 e contou com a colaboração de 162 financiadores na plataforma.

Para divulgar a campanha de financiamento e ensaiar os primeiros passos do portal as idealizadoras criaram um blog, o *Somos Muitas*⁶, com publicações entre março e julho de 2016. Nesse período criaram também a página no Facebook. O Portal

⁵ Fonte: <<https://www.catarse.me/catarinas>> Acesso em 15 abr.2018

⁶ Ver mais em: <<http://somosmuitas.blogspot.com.br>> Acesso em 15 abr.2018.

Catarinas foi lançado no dia 28 de julho de 2016. 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.

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. 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, pensando gênero de forma plural, como orienta Louro (1997).

Há um núcleo executivo que é responsável por pensar, produzir, 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.

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. 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; e de forma sazonal, acompanhamento dos debates públicos sobre as questões de gênero, em especial, monitorando o que é produzido pelos veículos de comunicação catarinenses sobre o tema.

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.

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.

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 mantinham ativas pelo que pude observar na época da coleta. O site ainda disponibiliza ao público artigos de opinião, reportagens, coberturas, conteúdos culturais, entre outras produções. 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. O portal também recebe e publica material de pessoas fora da estrutura do coletivo.

O portal, assim como muitos coletivos midiáticos, não possui um espaço físico próprio em função da questão financeira. 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 e Nzinga Informativo (FREITAS, 2017).

A organização do coletivo se dá de forma digital, através do aplicativo de mensagens Whatsapp e de e-mail. As reuniões de pauta, dependendo da necessidade são presenciais, mas em geral acontecem por meio do bate-papo do Facebook e por um grupo do Whatsapp. É um trabalho coletivo, que tem uma organização dinâmica e que dependendo da situação pode ser alterado. Elas vão organizando da maneira que fica confortável para todas, mantendo a autonomia de cada uma, prezando sempre pelo

diálogo e pelo coletivo Destaco que a produção se dá a partir da demanda que chega, com atualização de conteúdo novo de 2 a 3 vezes por semana.

Percebo, através dos estudos de gênero, que essas práticas coletivas e colaborativas dão pistas de como o jornalismo do portal subverte lógicas masculinistas do jornalismo hegemônico, como coloca Veiga da Silva (2010) que valorizam o furo, a competição, a autoridade, a negação da subjetividade na busca pela objetividade e neutralidade, o não exercício da crítica e da reflexão sobre as práticas adotadas pelos jornalistas.

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. 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. O Catarinas é um projeto, 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. Buitoni (1986) pontua a questão financeira como um dos maiores entraves para a produção independente jornais e revistas.

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. 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, de 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 segue o mesmo raciocínio do Facebook, no entanto pelas dinâmicas dessa plataforma, as imagens são o destaque.

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, 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 interessa, na lógica da rede, são as visualizações dos vídeos publicados. De 75 vídeos publicados, o portal tinha 53.685 visualizações em fevereiro de 2019.⁷

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. 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. É possível perceber que há um cuidado com tudo que é produzido e publicado, há uma estética, especialmente nos materiais de vídeo. As imagens sugerem o uso de câmeras fotográficas com boa qualidade, e algumas delas, passam por edição e tratamento.

Para circular e visibilizar o conteúdo do portal, em geral, os sites de redes sociais são utilizados, 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 circulação do conteúdo depende também da atividade do público do portal, que se dá através das curtidas, compartilhamentos, comentários, comentários marcando outras pessoas. Essa participação do público potencializa o alcance espontâneo da página do Facebook.

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. A entrevistada 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

⁷ Dados disponíveis nos respectivos sites de redes sociais em fevereiro de 2019.

realizado aos poucos, sendo um processo que ainda está em fase inicial, de experimentação e aprendizado.

É 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.

Observo através da entrevista e das publicações que o jornalismo produzido pelo Catarinas não é só orientado pelos feminismos – é um jornalismo feminista que viabiliza a emergência do feminino (VEIGA DA SILVA, MAROCCO, 2018), 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. 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. A presença da subjetividade e da reflexão são indícios que permitem pensar como o jornalismo vem sendo ressignificando por essas práticas.

Vejo 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, tem similaridade com o “Mulherio” pela preocupação com a produção do jornalismo (ESMITIZ, 2019, no prelo). 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.

Considerações Finais

A comunicação no ambiente digital viabiliza que práticas e expressões coletivas, até então desconhecidas, sejam ressignificadas, construído 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 do jornalismo produzido entre as décadas de 1970 e 1990, a linguagem utilizada, 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 ressalta que não é possível ignorar a mídia como um espaço de formação, discussão e reflexão do feminismo.

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. 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).

Um jornalismo posicionado, reflexivo, cooperativo, que aciona a objetividade feminista (HARAWAY, 1995; COSTA, 2018), assim o Portal Catarinas subverte práticas masculinistas do jornalismo, permitindo a emergência do feminino interdito (VEIGA DA SILVA, MAROCCO, 2018). 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. 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

- AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara; Gonzatti, Christian. A midiatização 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.uff.br/ojs/index.php/Midecot/article/view/289>> Acesso em Jan.2019.

- 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- ESMITIZ, Francielle. **Jornalismo Feminista: uma análise dos processos de comunicação em rede do Portal Catarinas**. Dissertação de mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação – UNISINOS. São Leopoldo. 2019. 164 p., no prelo.
- GARCIA, Carla Cristina. **Breve História do Feminismo**. 3 ed – São Paulo: Claridade, 2015.
- HARAWAY, Donna. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. *Cadernos Pagu* (5), 1995. p.7- 41.
- 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.
- LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. 6 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@ internet e a #rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais** – Porto Alegre: Sulina, 2013.
- 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.
- MUZART, Zahidé Lupinacci. Uma espiada na Imprensa das mulheres no século XIX. **Revista Estudos Feministas**. Florianópolis, 11(1): 336, jan-jun -2003.
- PINTO, Celi Regina Jardim. **Uma história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo. (Coleção História do Povo Brasileiro). 2003
- RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- 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.
- SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**. Vol. 20 (2), jul/dez. 1995.
- 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.
- 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; 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. 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.