



**MARCELO PEREIRA DA SILVA  
(ORGANIZADOR)**

# **COMUNICAÇÃO, MÍDIAS E EDUCAÇÃO 2**

**Atena**  
Editora  
Ano 2019

Marcelo Pereira da Silva  
(Organizador)

# Comunicação, Mídias e Educação 2

Atena Editora  
2019

2019 by Atena Editora  
Copyright © Atena Editora  
Copyright do Texto © 2019 Os Autores  
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora  
Editora Chefe: Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira  
Diagramação: Geraldo Alves  
Edição de Arte: Lorena Prestes  
Revisão: Os Autores



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons. Atribuição 4.0 Internacional (CC BY 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

### **Conselho Editorial**

#### **Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Profª Drª Adriana Demite Stephani – Universidade Federal do Tocantins  
Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas  
Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Faria – Universidade Estácio de Sá  
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima  
Prof. Dr. Fabiano Tadeu Grazioli – Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões  
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense  
Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso  
Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Universidade Federal do Maranhão  
Profª Drª Miranilde Oliveira Neves – Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Pará  
Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste  
Profª Drª Sheila Marta Carregosa Rocha – Universidade do Estado da Bahia  
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador  
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

#### **Ciências Agrárias e Multidisciplinar**

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano  
Profª Drª Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista  
Profª Drª Diocléa Almeida Seabra Silva – Universidade Federal Rural da Amazônia  
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul  
Profª Drª Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia  
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul  
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão  
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará  
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

### **Ciências Biológicas e da Saúde**

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás  
Prof. Dr. Edson da Silva – Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri  
Profª Drª Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina  
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria  
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará  
Profª Drª Magnólia de Araújo Campos – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

### **Ciências Exatas e da Terra e Engenharias**

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto  
Prof. Dr. Alexandre Leite dos Santos Silva – Universidade Federal do Piauí  
Profª Drª Carmen Lúcia Voigt – Universidade Norte do Paraná  
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná  
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará  
Prof. Dr. Juliano Carlo Rufino de Freitas – Universidade Federal de Campina Grande  
Profª Drª Neiva Maria de Almeida – Universidade Federal da Paraíba  
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

| <b>Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)<br/>(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)</b> |   |
|---|---|
| C741  | Comunicação, mídias e educação 2 [recurso eletrônico] / Organizador Marcelo Pereira da Silva. – Ponta Grossa, PR: Atena Editora, 2019. – (Comunicação, Mídias e Educação; v. 2)<br><br>Formato: PDF<br>Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader.<br>Modo de acesso: World Wide Web.<br>Inclui bibliografia<br>ISBN 978-85-7247-695-9<br>DOI 10.22533/at.ed.959190910<br><br>1. Aprendizagem. 2. Comunicação – Pesquisa – Brasil.<br>3. Comunicação na educação. I. Silva, Marcelo Pereira da. II. Série.<br><br>CDD 371.1022 |
| <b>Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422</b>   |   |

Atena Editora  
Ponta Grossa – Paraná - Brasil  
[www.atenaeditora.com.br](http://www.atenaeditora.com.br)  
contato@atenaeditora.com.br

## APRESENTAÇÃO

Comunicação, Mídias e Educação constituem campos do saber que se entrecruzam e emolduram, por meio de suas especificidades de objetos e arcabouços teóricos, metodológicos e epistemológicos, fragmentos relevantes da arquitetura na qual a sociedade, as organizações e os atores sociais se assentam.

Nesse sentido, este livro contém um tripé, a saber, Comunicação, Mídias e Educação, que se (im)põe como condição na construção da sociedade e na consolidação da democracia, da participação, do diálogo e da análise crítica que alimenta as possibilidades de compreensão da complexa sociedade na qual estamos imersos.

A Comunicação, as Mídias e a Educação, assim, se apresentam como três campos que materializam múltiplas expectativas, desafios e oportunidades em um tempo no qual emergentes formas de ver, estar e sentir o mundo ressignificam o tecido social, redefinem profissões e produzem outras formas de interação, trocas e socialidades.

Destarte, dividimos esta obra em 2 partes: A primeira problematiza, por meio de diferentes métodos, análises, discussões e epistemes, o universo das Redes e Mídias Sociais da Internet, contendo artigos que tratam dos atores que emergem com o surgimento e a cimentação das redes sociotécnicas, os discursos que circulam no ecossistema virtual e os obstáculos decorrentes dessa ecologia.

A segunda parte engloba artigos que versam acerca das Mídias e do Jornalismo, lançando luz sobre a constituição das mídias sociais da Internet e das mídias de massa, assim como no lugar que o Jornalismo ocupa no contexto pós-moderno. Por meio de diversas discussões, metodologias e problematizações que aprofundam o olhar sobre as Mídias e o Jornalismo, tais artigos pavimentam a estrada por onde caminham, ainda que em sentidos que ora divergem e ora convergem nas interfaces entre Comunicação, Mídias e Educação.

Temos que Comunicação, Mídias e Educação devem ser entendidas e colocadas no centro da existência humana, dado que se tornaram medulares para a construção de uma sociedade mais aberta, justa, empática e sensível às demandas das labirínticas alteridades.

Marcelo Pereira da Silva

## SUMÁRIO

### PARTE 1: REDES E MÍDIAS SOCIAIS DA INTERNET

|   |           |
|---|-----------|
| <b>CAPÍTULO 1</b> .....   | <b>1</b>  |
| A CELEBRIDADE PELO ESCÁRNIO: GRETCHEN, RISO E REDES SOCIAIS   |           |
| Jaciane Freire Santana<br>João Gabriel Lourenço da Silva Santos<br>Fabiana Moraes da Silva                      |           |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909101</b>  |           |
| <b>CAPÍTULO 2</b> .....   | <b>11</b> |
| A FORMAÇÃO DE EDITORIAS DE MÍDIAS SOCIAIS EM REDAÇÕES JORNALÍSTICAS E OS DILEMAS SOBRE O PROFISSIONAL “HÍBRIDO” |           |
| Robson Roque<br>Ivan Satuf  |           |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909102</b>  |           |
| <b>CAPÍTULO 3</b> .....   | <b>24</b> |
| AMINER.: METADADOS DE PESQUISAS ACADÊMICAS ATRAVÉS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL                                   |           |
| Giuliano Carlo Rainatto<br>Genesio Renovato da Silva Neto<br>Jucilene Faria<br>Norberto de Almeida Andrade      |           |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909103</b>  |           |
| <b>CAPÍTULO 4</b> .....   | <b>39</b> |
| ANÁLISE DISCURSIVA DE PERFIS DE DIGITAIS INFLUENCERS MIRINS   |           |
| Elane da Silva Sousa<br>Regysane Botelho Cutrim Alves   |           |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909104</b>  |           |
| <b>CAPÍTULO 5</b> .....   | <b>53</b> |
| ECOSSISTEMA DA DES-INFORMAÇÃO: TIPOS DE CONTEÚDOS FRAUDULENTOS NAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2018               |           |
| Kennedy Anderson Cupertino de Souza<br>Marilene Mattos Salles   |           |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909105</b>  |           |
| <b>CAPÍTULO 6</b> .....   | <b>66</b> |
| FAKENEWS NA ATUALIDADE: ESTUDO DA DISSEMINAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS COMO RECURSO DE PROPAGABILIDADE               |           |
| Luiz Guilherme de Brito Arduino<br>Vânia de Moraes  |           |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909106</b>  |           |

|  |            |
|--|------------|
| <b>CAPÍTULO 7</b> .....  | <b>77</b>  |
| JORNALISMO ESPORTIVO E E-SPORTS: UMA ANÁLISE DA COBERTURA JORNALÍSTICA SOBRE A POSSÍVEL INSERÇÃO NOS JOGOS OLÍMPICOS                                   |            |
| Guilherme Fernandes Mota Silva   |            |
| Luísa Guimarães Lima   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909107</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 8</b> .....  | <b>88</b>  |
| MUDANÇA DE COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR DE NOTÍCIAS COM O FENÔMENO SEGUNDA TELA   |            |
| Suély Zonta  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909108</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 9</b> .....  | <b>98</b>  |
| MÍDIAS DIGITAIS E CAPITAL SOCIAL: UM ESTUDO SOBRE AS AÇÕES DA CI COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO NO FACEBOOK  |            |
| Gabriel Gustavo Carneiro Braga   |            |
| Letícia Silva Mendonça   |            |
| Carolina Guerra Libério  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.9591909109</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 10</b> .....   | <b>110</b> |
| O ELEITOR CONECTADO: PERFIL E CONSUMO DE CONTEÚDO NAS ELEIÇÕES 2018  |            |
| Maíra Martins Moraes Vitorino  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091010</b>  |            |
| <b>CAPÍTULO 11</b> .....   | <b>125</b> |
| PARA QUE SERVE UM BOATO NUMA CRISE DEMOCRÁTICA? REFLEXÕES SOBRE OS SINTOMAS, A PARTICIPAÇÃO E A UTILIDADE DOS BOATOS NA CRISE DA DEMOCRACIA BRASILEIRA |            |
| Iasminny Thábata Sousa Cruz  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091011</b>  |            |
| <b>CAPÍTULO 12</b> .....   | <b>138</b> |
| PÁGINA BOLSOMINIONS ARREPENDIDOS: UMA ANÁLISE QUALI-QUANTITATIVA   |            |
| Izailma Jaciara Araujo Costa   |            |
| Márcia Inabelly Araújo dos Santos  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091012</b>  |            |
| <b>PARTE 2: MÍDIAS, JORNALISMO E ANÁLISES</b>  |            |
| <b>CAPÍTULO 13</b> .....   | <b>147</b> |
| COMPOSIÇÃO, CORES E SUBJETIVIDADE: ESTUDO DO DISCURSO PREGNANTE EM INFOGRÁFICOS DO “LA NACIÓN DATA” E “ESTADÃO DADOS”                                  |            |
| Kelly De Conti Rodrigues   |            |
| Carlos Alberto Garcia Biernath   |            |
| Marcelo Pereira da Silva   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091013</b>  |            |

|   |            |
|---|------------|
| <b>CAPÍTULO 14</b> .....  | <b>161</b> |
| A INVISIBILIDADE DO COVEIRO E O JORNALISMO LITERÁRIO: HISTÓRIAS DE PARATINGA  |            |
| Tiago Florencio de Abreu<br>Angelita Pereira de Lima  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091014</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 15</b> .....  | <b>170</b> |
| A QUEDA HISTÓRICA DE ANUNCIANTES NO JORNAL O POPULAR: UMA REFLEXÃO SOBRE O FUTURO DO JORNAL IMPRESSO E SUA CRISE DE FINANCIAMENTO |            |
| Edson Francisco Leite Junior  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091015</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 16</b> .....  | <b>182</b> |
| A REPRESENTATIVIDADE FEMININA NA SÉRIE <i>ORANGE IS THE NEW BLACK</i>   |            |
| Camilla Pessoa Barros Bibiano   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091016</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 17</b> .....  | <b>191</b> |
| BLOCKCHAIN E JORNALISMO DIGITAL: UMA REFLEXÃO SOBRE O MODELO DE NEGÓCIOS DA EMPRESA THE CIVIL MEDIA COMPANY                       |            |
| Lucas Rezende Costa<br>Luísa Guimarães Lima   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091017</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 18</b> .....  | <b>202</b> |
| COTAS UNIVERSITÁRIAS NAS COLUNAS DE CARTA CAPITAL: UM ESTUDO DE REPRESENTAÇÃO SOCIAL  |            |
| Elisa Fabris de Oliveira<br>Edinete Maria Rosa  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091018</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 19</b> .....  | <b>214</b> |
| DO FEMININO AO FEMINISMO: UMA ANÁLISE DE REPORTAGENS NA REVISTA AZMINA  |            |
| Thais Martins Rossi<br>Maria Emília Pelisson Manente  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091019</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 20</b> .....  | <b>226</b> |
| FEMINICÍDIO E A IMPRENSA BRASILEIRA: ANÁLISE DA COBERTURA DIGITAL SOBRE O CASO TATIANE SPITZNER                                   |            |
| Bruna Silvestre Innocenti Giorgi  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091020</b>   |            |



|   |            |
|---|------------|
| <b>CAPÍTULO 21</b> .....  | <b>238</b> |
| IMAGINÁRIO, MULTICULTURALISMO E APOCALIPSE NO FILME CÍRCULO DE FOGO   |            |
| Rafael Iwamoto Tosi   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091021</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 22</b> .....  | <b>250</b> |
| LIMITAÇÕES À DIVERSIDADE SIGNIFICATIVA DE VERSÕES NAS NOTÍCIAS: A COBERTURA D'O GLOBO E DO DIARIO DE PERNAMBUCO NA ELEIÇÃO PRESIDENCIAL DE 2018 |            |
| Nathália Carvalho Advíncula   |            |
| Maria Clara de Oliveira Martins   |            |
| Heitor Costa Lima da Rocha  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091022</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 23</b> .....  | <b>262</b> |
| O CINEMA E O DUPLO: ANÁLISE MIMÉTICA DO FILME MARINA  |            |
| Bárbara dos Santos Oliveira   |            |
| Crislene Susane Fernandes Moreira   |            |
| Alexandre Bruno Gouveia Costa   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091023</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 24</b> .....  | <b>273</b> |
| O SENSACIONALISMO E A FUNÇÃO SOCIAL DO JORNALISMO POLICIAL MARANHENSE: UM ESTUDO DO PROGRAMA BANDEIRA 2   |            |
| Samantha Kelly Tinôco Araújo  |            |
| Alexandre Bruno Gouveia Costa   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091024</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 25</b> .....  | <b>284</b> |
| <i>PANTHER IS THE NEW BLACK</i> : REPRESENTATIVIDADE E CULTURA NA COMUNICAÇÃO DO FILME PANTERA NEGRA  |            |
| Rodrigo Sérgio Ferreira de Paiva  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091025</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 26</b> .....  | <b>297</b> |
| POR TRÁS DAS GRADES: O SILÊNCIO SOBRE OS PRESÍDIOS FEMININOS NO BRASIL  |            |
| Gabriel Barros da Silva Eduardo   |            |
| Julia Borsoi de Oliveira  |            |
| Natalia Vicente Teixeira  |            |
| Maria Emilia Pelisson Manente   |            |
| William Silva de Oliveira   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091026</b>   |            |
| <b>CAPÍTULO 27</b> .....  | <b>306</b> |
| PRODUÇÃO IMAGÉTICA NO CINEMA: CONVERGÊNCIAS REPRESENTATIVAS ENTRE AS PRODUÇÕES DE JEAN-LUC GODARD E LARS VON TRIER                              |            |
| Marcelo dos Santos Matos  |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091027</b>   |            |

|  |            |
|--|------------|
| <b>CAPÍTULO 28</b> .....   | <b>316</b> |
| VALORES-NOTÍCIA NO JORNALISMO AUTOMOTIVO   |            |
| Sergio Quintanilha   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091028</b>  |            |
| <b>CAPÍTULO 29</b> .....   | <b>330</b> |
| UMA REVISÃO NARRATIVA DA MÍDIA E DA SAÚDE MENTAL NA ATUALIDADE   |            |
| Paloma da Silva  |            |
| Andressa Rosa de Araújo  |            |
| Bianca Gonçalves de Carrasco Bassi   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091029</b>  |            |
| <b>CAPÍTULO 30</b> .....   | <b>344</b> |
| TEORIAS DO JORNALISMO: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA PARA<br>DESCONSTRUIR AS <i>FAKE NEWS</i>              |            |
| Gabriela Souza Silva   |            |
| Mariana Oliveira Santos  |            |
| Carmen Regina de Oliveira Carvalho   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091030</b>  |            |
| <b>CAPÍTULO 31</b> .....   | <b>356</b> |
| RETRATOS E IDENTIDADES DO LICEU MARANHENSE: UMA VIVÊNCIA DA ARTE<br>DA FOTOGRAFIA NO COTIDIANO ESCOLAR |            |
| Elma Vilma Silva Ferreira  |            |
| Ellen Lucy Viana   |            |
| <b>DOI 10.22533/at.ed.95919091031</b>  |            |
| <b>SOBRE O ORGANIZADOR</b> .....   | <b>363</b> |
| <b>ÍNDICE REMISSIVO</b> .....  | <b>364</b> |

## DO FEMININO AO FEMINISMO: UMA ANÁLISE DE REPORTAGENS NA REVISTA AZMINA

**Thais Martins Rossi**

Bacharel em Jornalismo  
Centro Universitário Faesa  
Vitória, Espírito Santo

**Maria Emília Pelisson Manente**

Mestre em Comunicação e Semiótica  
Centro Universitário Faesa  
Vitória, Espírito Santo

**RESUMO:** As mulheres integram os chamados grupos minoritários, diferenciados em sociedade por características étnicas, religiosas, cor de pele, país de origem, situação econômica e de gênero. A Revista AzMina, um periódico online feminista, através da prática de reportagem, dá espaço para essa questão com uma linguagem simples, discurso retórico e crítico, para assim gerar no leitor o questionamento: como eu enxergo as mulheres? Foram analisadas cinco reportagens, através das metodologias análise do discurso e retórica, para entender como o fazer jornalístico da revista, quando se trata de mulheres, é ressignificado de feminino para feminista, a partir da assimilação de conteúdos num espaço público e democrático, que é a internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo online; reportagem; revista; feminismo

### FROM FEMININE TO FEMINISM: AN ANALYSIS OF THE STORIES OF AZMINA MAGAZINE

**ABSTRACT:** Women integrate the so-called minority groups, differentiated in society by ethnic, religious, skin color, country of origin, economic status and gender characteristics. The AzMina magazine, a feminist online periodic, through the practice of reporting, gives space to this issue with a simple language, using rhetorical and critical speech, to generate in the reader the question: how do I see women? Five articles were analyzed through analysis and rhetoric speech methodologies to understand how the journalistic doing of the magazine, when it comes to women, is re-signified from feminine to feminist, from the assimilation of contents in a public and democratic space, which is the Internet.

**KEYWORDS:** web journalism; report; magazine; feminism

### 1 | INTRODUÇÃO

A Revista Azmina é uma publicação online, gratuita, feita por 24 mulheres, que tem o objetivo de combater os diversos tipos de violência de gênero. Os conteúdos são produzidos levando em consideração etnia, religiosidade e sexualidade das mulheres. Diferente das

revistas femininas no geral, que seguem um padrão e tem como protagonistas, em sua maioria, mulheres brancas, magras, classe média e preocupadas com a estética.

Essa produção pode ser compreendida utilizando a metodologia de análise do discurso, explicada por Eni Orlandi (2001), que nos ajuda a compreender a língua, o funcionamento do estudo da produção de sentidos para analisar um texto, numa relação língua-discurso-ideologia. A linguagem seria o conhecimento da discursividade produzida a partir destes textos. Conforme aponta Manhães (2005, p. 305), o discurso é “a apropriação da linguagem em código formal, abstrato e impessoal, que só pode acontecer por meio de um sujeito inserido e ativo em uma realidade social”. Dessa forma, a análise do discurso é construída e esmiuçada no modo interpretativo, possibilitando fazer questionamentos e trabalhar hipóteses.

O uso da retórica para fins persuasivos, proposta por Aristóteles, complementa a análise porque mostra como o uso de palavras, com aspecto literário e narrativo, ressignifica o discurso de feminino para feminista com objetivo de compreensão social (e não manipulação de massas). Usa-se a reportagem como função primordial, em contrapartida ao imediatismo factual do online e da globalização.

## 2 | A BIOLOGIA DOS SEXOS

O sexo é compreendido biologicamente em sociedade. Nascemos fêmeas (cromossomo X) ou machos (cromossomo Y). Feminino e masculino são determinados dentro desse pressuposto. Isso, de uma forma geral, delegou papéis. Para os homens, o de dominante. Para as mulheres o de dominadas. Beauvoir (1970) explica essa questão quando diz que “as mulheres se constroem no outro”. A sociedade as define, sendo levadas a compreender que o homem representa o positivo e neutro, a ponto de dizer “os homens” para designar os seres humanos. Tanto que o sentido singular do vocábulo se tornou o sentido geral da palavra homo. “A mulher aparece como o negativo, de modo que toda determinação lhe é imputada como limitação, sem reciprocidade” (BEAUVOIR, 1970, p. 9).

Beauvoir também desconstruiu essa perspectiva, quando disse “não se nasce mulher: torna-se”. Isso inspirou o engajamento político do movimento histórico feminista, que contesta e desconstrói a teoria criacionista de que nascemos assim e, pela biologia, somos determinadas, desconsiderando as particularidades de cada ser humano. Ganhou contorno o existencialismo e também o empoderamento, este último definido por Berth (2018, p. 14), como “instrumento de emancipação política e social”.

Uma vez que há busca por emancipação política e social, é preciso levar em consideração os sentimentos de pertencimento e reconhecimento. As mulheres começaram a falar umas para as outras na forma com a qual se identificam, e não de maneira biológica. As relações de gênero passaram a ser contestadas.

Nogueira (2017, p. 4) cita Beauvoir (1970) ao dizer que “a implicação da construção social acerca do papel feminino é traçada em seus fatores influentes, como o biológico, o social, o histórico e a psique”. A mesma ressalta a colocação da mulher neste lugar, que ela chamava de “eterno feminino”, uma visão social tida como algo intrínseco a todas as mulheres.

Muitos dos elementos que compõem este entendimento social do que é feminino são utilizados como estratégia de dominação das mulheres. Com os homens isso não acontece. Essa imposição sustenta a estrutura social que mantém as bases de uma cultura machista, a supervalorização do masculino em detrimento da dominação feminina e patriarcal. Sendo o homem um detentor de poder dominante, a ele é permitido uma hierarquia em relação a mulher.

A negação dessa imposição tornou-se necessária dentro de culturas que se perpetuam, durante décadas, sobre o que é ser mulher, feminista e até que ponto a biologia é um fator determinante ou não. Sendo assim, sexo e gênero, deve perpassar, entre tantas coisas, o jornalismo e sua agenda, porque não se trata de uma visão particular, e sim de uma estrutura social que envolve economia, sexualidade, maternidade e paternidade, política e capitalismo, uma vez que o consumo de conteúdo funciona de maneiras diferentes para ambos.

### **3 | A PARCIALIDADE MASCULINA NO JORNALISMO**

A imprensa feminina nasceu entre os séculos 19 e 20, com todas as articulações sociais, econômicas e culturais que envolvem o ser mulher em sociedade: como um nicho editorial mais atento à vida das mulheres, ao cotidiano e aos desejos do seu público-alvo. Não era para mulheres, e sim sobre mulheres. Jesus (2016, p. 7) explica que durante muitas décadas as mulheres não tiveram nem mesmo direito à alfabetização e acesso à leitura. No Brasil, o número de leitores cresceu paralelo à frequência de meninas nas escolas, durante o século XIX.

As revistas femininas, por sua vez, ganharam força em 1950, mas geralmente escritas por homens, consequência do acesso deles à educação. Os primeiros conteúdos sobre moda, dicas culinárias, artigos de interesse geral e ilustrações foram repetidos até a primeira metade do século XX. Nessa época, as fotonovelas românticas também fizeram bastante sucesso entre as mulheres.

A pesquisadora francesa Evelyne Sullerot, no livro *La Presse Féminine*, classifica como femininos os periódicos que se proclamam destinados à clientela feminina, pensada e dirigida para mulheres.

A imprensa feminista se distingue porque defende causas. Ela nasceu dessas desigualdades entre homens e mulheres, com uma luta emancipatória e contra a lógica capitalista, que as transformou em “produtos”. Pedro e Woitowicz (2010, p. 10), dizem que “o movimento feminista desde cedo reconheceu o papel da mídia na produção de estereótipos de gênero”. Auad (2003, p. 52), numa perspectiva positiva,

explica que “ao mesmo tempo que o capitalismo se fortalecia, a organização das mulheres por direitos e enquanto trabalhadoras e cidadãs ganhava força”.

Esse discurso não neutro é chamado de imparcial no jornalismo. Buitoni (1986, p. 12) considera que objetivo e neutralidade são conceitos inatingíveis. Dessa forma, ao que parece, em se tratando de imprensa, a parcialidade é voltada apenas para homens. Para as mulheres, não. Observa-se que existe o jornalismo político, econômico, de celebridades, entre outros. Porém, apesar de específicos, eles não categorizam o público entre gêneros. Não existe jornalismo masculino, mas existe o feminino, um tipo de parcialidade em relação aos homens.

Silva (2010, p. 54) ao analisar o masculino dentro do jornalismo, traz a compreensão de que a produção do feminino sempre esteve associada ao lar, ao sexo como sinônimo de procriação. Diferente do masculino, que tem o sexo como “sinônimo de instinto e prazer, de força, virilidade, atividade, pavimento, entre outros”.

Mira (2001) diz que os movimentos sociais e culturais, entre eles as mulheres e os negros, nascem nesse contexto, de questionamento a figura do patriarcado: homem, adulto, branco e ocidental. Há rompimento com as tradições e investimento no processo da política das identidades. Acontece aí uma mudança informativa

#### **4 | JORNALISMO ONLINE, TERRITORIALIDADE E DISCURSIVIDADE**

Todas essas mudanças em sociedade têm atingido o fazer jornalístico. As revistas estão se fazendo presentes na internet, num processo de convergência que, conforme Jenkins (2009), são fluxos de conteúdos múltiplos: plataformas de mídia, cooperação de mercados midiático e comportamento migratório do público.

O autor aponta que esse público migra em busca de experiências de entretenimento que desejam. “Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando” (JENKINS, 2009, p. 29).

No caso do jornalismo feminista, se torna uma busca questionadora, interligando a noção de discurso ao conceito de território (espaço entendido como uma delimitação da natureza por um grupo). Com a expansão da internet, esse espaço pode ser compreendido como territorialidade (ações praticadas por nós dentro do território).

Diferenciando espaço de território, Reis e Zanetti (2017, p. 10), se baseiam em Raffestin (1993) ao afirmarem que território “é a produção a partir do espaço e pressupõe um local de relações. A apropriação e o uso de um espaço por parte dos atores promovem processos de territorialização”.

Somos sujeitos históricos, constantemente em construção, dependentes das trocas que se estabelecem a partir de relações variadas. Tudo o que for feito de ação em meio a territorialidade vai gerar mudanças e, conseqüentemente, discursividade. A comunicação é uma dessas ações e o feminismo uma das discussões.

A noção de território passa direto pela comunicação que mundialmente sempre esteve centrada na mão de grandes grupos hegemônicos, estabelecida por uma lógica capitalista. Logo, o discurso também sempre foi construído nessa perspectiva.

Nesse contexto de questões construídas, descentralizar pode significar não só democratizar a comunicação, mas também gerar uma nova discursividade através dos grupos estigmatizados pelos aspectos sociais econômicos, sociais, culturais, religiosos e de gênero, que são as minorias.

Quando isso acontece, por consequência, cria-se novos discursos a respeito de como se estabelecem as relações de poder em sociedade. Reis e Zanetti (2017, p. 12) associam esse poder às noções de apropriação (simbólica e carregadas de valor de uso) e dominação (vinculada ao valor de troca).

Dentre essas noções de apropriação e dominação, o movimento feminista é uma das principais vertentes a romper com esse processo e a se ocupar da territorialidade, para se tornarem vozes que disseminam novos processos comunicacionais.

Haje (p. 12), diz que “a internet parece oferecer os meios técnicos para a construção de um novo espaço público discursivo”. Sendo toda relação um lugar de poder, isso significa que “o poder está ligado intimamente à manipulação dos fluxos que atravessam e desligam relação, o saber, a energia e a informação” (RAFFESTIN, 1993, p. 53 e 54).

Alterar esses padrões é mexer na própria noção de pertencimento e reconhecimento dentro das crenças, gêneros, raças, femininos, sexualidades, feminismos e na territorialidade, amplamente difundida no território internet.

A territorialidade (ou ciberterritorialidade, uma vez que estamos falando de internet e meios digitais) e a discursividade estão sendo utilizadas no processo de resignificação dentro das reportagens produzidas pela Revista AzMina, porque abrangem as mulheres considerando todas as diferenças étnicas, sociais e raciais existentes, trabalhando assim, um feminismo interseccional.

## 5 | REPORTAGEM E MILITÂNCIA

As notícias do dia a dia têm prioridade no factual. Os assuntos específicos, que não podem ser discutidos superficialmente, são transcritos na reportagem. A notícia se preocupa com os fatos. A reportagem busca as causas. Segundo Lage (2001), a distância entre reportagem e a notícia está na pauta, o que altera a forma de falar sobre o assunto. “Nas notícias, as pautas são apenas indicações de fatos programados, da continuação (suíte) de eventos já ocorridos e dos quais se espera desdobramentos”.

O autor conclui que a reportagem visa atender a necessidade de ampliar os fatos para uma dimensão contextual, o que “possibilita um mergulho de fôlego nos fatos e em seu contexto e oferece ao seu autor uma dose ponderável de liberdade

para superar os padrões e fórmulas convencionais do tratamento da notícia” (LAGE, 2001, p. 31).

Ao optar pela produção de reportagens, o jornalista deixa de priorizar a agenda setting para trabalhar com uma agenda social. Mais do que noticiar, se documenta. A partir daí, a lógica também se volta para o conjunto de valores e papéis partilhados pelos jornalistas como elementos “constituintes da ideologia do jornalismo, com as principais noções de serviço público (os jornalistas prestam um serviço público)”, conforme aponta Deuze (APUD BASTOS, 2007, p. 95).

Haje (2002) diz que o mundo assiste a duas globalizações: a da tecnologia e a da cidadania. A questão é: como essa cidadania globalizada poder fazer uso das comunicações globalizadas, levando em conta que o jornalista tem atribuído a si uma responsabilidade social?

Desenvolver essa linguagem a partir do movimento feminista e tudo que envolve as problematizações das minorias é uma forma de registrar memórias e exercer a responsabilidade social. Isso envolve a militância, a defesa de uma causa. Militar, dentro do jornalismo, em favor do feminismo, com a produção de grandes reportagens, é adentrar o espaço público para ceder espaço as mulheres que, historicamente, não são ouvidas. Não se trata de distorcer a realidade e sim de recortá-la para um outro olhar mais crítico e pensado fora do senso comum.

Consequentemente, essas jornalistas estão formando, dentro da opinião pública, novas percepções sobre como a sociedade as enxerga, pautando o que consideram necessário ser dito. O que faz a diferença é o mote pelo qual elas estão fazendo essas abordagens.

Aqui cabe abrir espaço para lembrar que o jornalismo brasileiro, dentro da prática de reportagem, é construído pela militância. Do Brasil Colônia a Nova República, do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) a censura com o Ato Institucional Número 5 (AI-5), todo o nosso processo de construção é marcado pela militância e resistência.

Na perspectiva da teoria do lugar de fala, as tecnologias são molas propulsoras que as minorias têm, de forma articulada, conseguido utilizar para um maior alcance sobre o que estão falando. E jornalismo é, propriamente, o espaço de poder que pode ser compreendido na lógica de Foucault, conforme nos lembra Ribeiro (2017, p. 56). Logo, o discurso não pode ser pensado “como um amontoado de palavras ou concatenação de frases que pretendem um significado em si, mas como um sistema que estrutura determinado imaginário social, pois estaremos falando de poder e controle”.

Estamos assistindo à desconstrução do discurso dominante. Cada grupo tem se reconstruído e ressignificado para pensar o lugar de fala sob a perspectiva de que os outros grupos vejam como foi construída a hierarquia social e compreendam seus papéis individuais. O que propomos pensar aqui é a possibilidade de produzir fora do senso comum. Dar voz a um grupo socialmente minoritário é contribuir para



que o quadro democrático, efetivamente, seja composto por quem sempre esteve à margem.

## 6 | ANÁLISE DE REPORTAGENS

### MATERNIDADE LÉSBICA

Na reportagem *Maternidade Lésbica* o título é construído em dois substantivos femininos: Maternidade e Lésbica, que em termos de tempo e espaço situam o leitor (sujeito) no tempo presente. Há dois estereótipos juntos: o de maternar, pensado comumente como um fator biológico obrigatório, e o ser lésbica.

A maternidade é tratada como uma possibilidade de escolha para aquelas que não engravidam pelo ato sexual. A linha fina e o lide contextualizam a questão maternidade de forma identitária e não biológica. Há uma quebra com o discurso dominante porque retrata a maternidade como uma escolha e não como obrigação.

Um segundo ponto a ser destacado na reportagem é o aspecto literário. É construído um diálogo que começa, logo na primeira linha, com a abordagem de família para um casal formado por duas mulheres: “Era um domingo de piquenique em família no parque”, que termina problematizando a questão para que o leitor repense: “Ué, mas quem é a mãe dela afinal?”.

Interessante também destacar a dualidade da frase. É comum que as mães solteiras escutem, no dia a dia, a frase “mas quem é o pai dela(e)?”. A problematização vai além: denota o quanto a sociedade, no geral, constrói estereótipos. Nesse caso, familiares.

Outro ponto a ser destacado é que o lide aborda o conceito de família para um casal homoafetivo, abrindo um parâmetro de cidadania.

Nessa reportagem, o processo de ressignificar, através do jornalismo feminista, começa desde o tema maternidade, porque ela é retratada como uma escolha; passa pelas fontes, que são (literalmente) os personagens retratados; trabalha a cidadania (tanto pelo exercício de poder falar quanto pela questão dos direitos fundamentais) e quebra o estereótipo de que mulheres lésbicas não maternam.

Por outro lado, quem constrói o texto também está inserido nesse gerenciamento de relação, numa tentativa persuasiva de fazer com que o leitor repense o próprio discurso sobre maternidade e sexualidade, bastante calcado nos estereótipos e no senso comum.

A partir da retórica (e os conceitos e invenção, disposição, elocução e ação), podemos pensar o seguinte acerca do discurso presente na reportagem: invenção estaria presente no título (*Maternidade Lésbica*), a disposição na linha fina (os métodos, as escolhas, os custos e a burocracia. Os caminhos para ser mãe sendo uma mulher lésbica). Por fim, elocução e ação estão presentes no lide.

Erickson (2014, p. 277), nos explica que a retórica é um gênero filosófico

“intrinsecamente argumentativo no sentido de que ele sempre tem um aspecto afetivo”, e que em retórica “razão e sentimentos são inseparáveis”. Dessa forma, cabe destacar a elocução e ação, presentes no lide, são notados pela construção narrativa e literárias das jornalistas, que tiveram essa sensibilidade ao tratar sobre família.

## O MITO DO ABORTO LEGAL

A reportagem *O Mito do Aborto Legal* traz um panorama social sobre o assunto aborto e também desdobra a maternidade como um direito de escolha. Porém, na perspectiva de interrupção da gravidez. O título principal é construído na subjetividade com que a sociedade, em geral, trata um tema delicado. A contradição (mito) que antecede o que está dentro da lei (legal) segue para uma negação, complementada na linha fina, onde as mulheres são os sujeitos da história.

Dessa forma, o discurso amplia a problemática e traz o assunto para o centro, cercado por erros e atitudes equivocadas. Observa-se que essa negação gira em torno das mulheres porque elas estão em uma posição de escolha.

A retórica, na reportagem, pode ser observada na construção do lide. A começar pela escolha do tempo verbal (passado), que situa o leitor e passa a ideia de que o assunto é “familiar” e está em evidência. A expressão do pensamento positivo e negativo, em termos de discurso, fica aqui compreendida por conta da dualidade entre culpa e não culpa, algo bastante comum entre as vítimas de estupro.

## LEI PODE OBRIGAR CRIANÇAS A CONVIVER COM ABUSADORES

A reportagem *A Lei Pode Obrigar Crianças a Conviver com Abusadores* traz um panorama sobre alienação parental, a partir da lei 12.318/2010. O título é construído em torno da figura patriarcal dos abusadores, com ênfase no uso dos verbos obrigar e conviver. Importante frisar também, no título, a presença da palavra criança, que cria uma relação com a questão do patriarcado, compreendido como uma estrutura constituída desde muito cedo.

A construção do discurso é baseada na convivência entre vítima e abusadores. Mostra que os estupros não são casos que acontecem de forma isolada. Por se tratar de alienação parental, fica compreendido que esse é um fato propício a acontecer diariamente. E, ampliando a questão, estará amparado pela própria lei.

O discurso, adentrando a linha fina, traz o assunto para dentro das relações de gênero e suas implicações para quem está a volta como um todo. O uso das palavras *usa* e *vulneráveis* retomam a uma questão emocional.

O papel do jornalismo feminista está nas entrelinhas, para entender como o patriarcado é construído no dia a dia e por atitudes muitas vezes consideradas pequenas. Um exemplo é fazer com que a mulher sinta culpa. Isso está presente no lead, onde a vítima se culpa por ter gravado, sem acompanhamento, os relatos de

abuso do filho. O discurso nos faz visualizar como funciona, na prática, o chamado *Gaslighting*, um mecanismo de abuso psicológico que utiliza, como umas das ferramentas, a manipulação.

Levando em consideração o *Gaslighting*, o discurso constituído é o de que mulheres são, no cotidiano, culpadas. Aqui vale destacar que denominar os fatos como Teoria de Richard Garnier chama a atenção por se tratar de um homem. De maneira intencional ou não, as jornalistas podem ter optado por assim denominar para interpretar o que, no fim, significa os fatos: homens culpando mulheres. Essas novas consciências são possibilitadas a partir de uma comunicação democrática, onde possamos falar sobre o que nos ocorre e as consequências disso nas estruturas patriarcais.

## EDUCANDO PRA DESIGUALDADE

Na reportagem *Educando pra Desigualdade* as jornalistas questionam o fato de que, apesar do direito à educação para a igualdade de gênero estar previsto na Constituição, na Lei de Diretrizes e Bases da Educação e nas Diretrizes Curriculares Nacionais, as escolas vêm falhando sistematicamente, porque deixam de discutir esses assuntos.

A reportagem traz, no título, o contraste com o Escola Sem Partido, que sob a lei 7.180/2014, quer proibir que assuntos, entre eles o gênero, sejam discutidos em sala de aula.

Conforme presente na matéria, entre 25 unidades federativas que sancionaram planos estaduais de educação até o fim de 2016, 12 (11 estados e o Distrito Federal) excluíram menções à palavra “gênero” dos documentos, de acordo com um levantamento feito pela plataforma De Olho nos Planos. Trata-se de um discurso argumentativo, que começa linkado entre o título e a linha fina. Gomes (2008, p. 53), cita Ducrot (1987) ao afirmar que “argumentatividade é inerente ao uso da linguagem”.

O discurso, a partir da retórica e da linguagem, joga luz para o que, de fato, significa um projeto como o Escola sem Partido e mostra que ele vai atingir, especialmente, meninas de escolas públicas em sua base de formação.

O discurso traz, implicitamente, que é necessário falar sobre assédio tal qual o que ele é. Proibir esse assunto é naturalizar um comportamento que não deve ser considerado normal. Em boa parte do tempo, é o que acontece. Há uma crítica sobre se discutir sexualidade (e não o sexo), desde cedo: “Nos intervalos das aulas, vê-se adolescentes “sarrando” – gíria importada do funk, o mesmo que “se esfregando” – nem sempre com o consentimento de ambas as partes”.

Cabe destacar também que o discurso abrange toda a estrutura que envolve o assédio. Tanto para meninas, que, muitas vezes, não sabem que estão sendo assediadas, quanto para meninos, que acham esses comportamentos normais

O discurso passa, ainda, pela falta de estrutura que os educadores têm para

lidar com um tema delicado. Respeitando os papéis de educadores e jornalistas, cabe acrescentar que, atualmente, eles são muito mais agentes do que atores sociais. É deles parte da responsabilidade em construir uma sociedade que eduque para a igualdade e não para a desigualdade, fonte de discussão da reportagem analisada.

## DOSSIÊ DAS DELEGACIAS DA MULHER

A reportagem *Dossiê das Delegacias da Mulher* revela que apenas 5% das cidades brasileiras possuem Delegacia da Mulher (DEAM), sobrevivendo com falta de recursos e denúncia graves sobre mal atendimento. Em 2006, a Lei Maria da Penha (11.340/2006) fez com as DEAM ganhassem mais visibilidade, possivelmente pelas medidas protetivas.

Todo o levantamento foi feito pelas jornalistas, o que nos leva ao título. A partir dele, percebemos o tom investigativo (carro chefe da revista), pela escolha da palavra Dossiê (coleção de documentos ou um pequeno arquivo que contém papéis relativos a determinado assunto, processo, empresa ou pessoa).

O discurso, visto já a partir do título, é construído nas relações de poder, especialmente por tratar de delegacia, um espaço onde predominam homens e onde se lida com violência, tema recorrente no que se refere ao machismo. De forma mais ampla, o discurso se constitui de tal maneira que envolve o estado e suas responsabilizações em torno da violência de gênero.

Pela perspectiva de que o discurso é hegemonicamente masculino, então há uma inversão desse discurso presente em boa parte na linha fina da reportagem, que coloca as mulheres, enquanto jornalistas e comunicadoras, no papel de autoras e responsáveis, numa ação na qual elas costumam ser vítimas.

O discurso sobre relações de poder segue no lide. Na relação mulher x instituição do estado, em 11 linhas, as jornalistas constroem uma história narrativa e, de certa forma, lúdica, baseada na relação entre mulher x homem. O início de tudo, quando se fala de um relacionamento abusivo, antes de os fatos chegarem a uma delegacia. O poder da palavra está presente não só no trabalho das jornalistas, mas também na legitimação de quem é fonte e fala.

## 7 | CONCLUSÃO

Em todas as reportagens analisadas, do ponto de vista jornalístico, o profissionalismo de ouvir os dois lados das histórias foi respeitado, mas houve o cuidado de tratar as mulheres, fontes principais, como o que são (dentro das abordagens propostas): vítimas.

Na Revista AzMina o tema da ressignificação mora entre a substantivação feminina e a verbalização feminista, um contraponto. O jornalismo feminino é feito de construções e respostas. O jornalismo feminista é feito de desconstrução e, invertendo a lógica, de perguntas, uma vez que é movido por questionamentos: por

que mulheres morrem tanto? Por que abortam? Porque são violentadas?

O discurso presente na Revista AzMina também é social, crítico, retórico e persuasivo, porque coloca o leitor na situação em que os personagens estão: você sabia que esse projeto tramita na Câmara? Como você se sentiria tendo seu corpo estuprado? Além disso, podemos apontar também que o periódico trabalha em prol do feminismo interseccional, porque mostra como até mesmo dentro das minorias existem relações de poder.

Essas relações de poder dentro dos grupos minoritários podem ser percebidas da seguinte forma: as mulheres são minoria. Mas as brancas têm privilégios. As negras não. Se eu sou uma mulher branca e jornalista, de que forma eu trabalho essas diferenças na minha função?

No campo da internet e do jornalismo online, é um exercício bastante democrático ter acesso a conteúdos tão relevantes e sérios, de forma gratuita (indo contra a tendência atual de comprar pelo acesso as matérias), com um discurso crítico e exercendo o compromisso social que é inerente ao jornalista e está presente no Código de Ética da profissão.

Quando se abre o espaço público para debater o que é o feminismo e expor a situação das mulheres mundo afora, fura-se uma bolha, muda-se o quadro e se ressignifica a visão e percepção que as pessoas constroem sobre as mulheres e a política, porque o feminismo é um movimento político.

O discurso da revista feminista AzMina é político e parcial. É impossível cobrar que não seja. Tomar partido se torna cada dia mais necessário. O assunto, por fim, se resume no que disse o educador brasileiro Paulo Freire. “Não existe imparcialidade. Todos são orientados por uma base ideológica. A questão é: sua base ideológica é inclusiva ou excludente?”

## REFERÊNCIAS

AUAD, D. **Feminismo: que história é essa?** Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

BEAUVOIR, S. de. **O segundo sexo**. 1.ed. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2016.

BERTH, J. **O que é empoderamento?** Minas Gerais: Letramento, 2018.

BUITONI, D. S. **Imprensa feminina**. São Paulo: Ática, 1986.

DEUZE, M. Media Work. In: BASTOS, H. **A diluição do jornalismo no ciberjornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia: Portugal, v. 9, n. 2, p. 284-298

ERICKSON, G. W. **Princípios**: Natal, v. 14, n. 21, p. 277-281.

FAGUNDES, C. **Lei pode obrigar crianças a conviver com abusadores**. Disponível em: < <https://azmina.com.br/especiais/alienacao-parental/>>

GOMES, J. J.; **Discurso feminino: uma análise crítica de identidades sociais de mulheres**

- vítimas de violências de violência de gênero.** 2008, 131 f. Dissertação (Graduação em Letras) – Universidade Federal de Pernambuco, 2008
- HAJE, L. de P. **Esferas públicas feministas na internet.** 2002. 137 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de Brasília, Brasília, 2002.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.
- JESUS, A. S. de. **O mercado editorial de revistas no Brasil: do Espelho Az Mina.** In: Congresso Internacional de Jornalismo Investigativo, 12, 2017, São Paulo. Anais..., São Paulo: UNIP, 2017.
- LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa e jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 2012.
- MANHÃES, E. **Análise do discurso. Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.**
- MIRA, M. C. **O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX.** São Paulo: Olho D'Água/Fapesp, 2001.
- NOGUEIRA, N. I. **A visão sócio-histórica da construção do feminino: uma questão de gênero.** Centro Universitário Jorge Amado. Disponível em: < <http://www.psicologia.pt/artigos/textos/A1124.pdf>>
- ORLANDI, E. **Análise do discurso: princípios e procedimentos.** Campinas: Pontes, 2001.
- PEDRO, J. M.; WOITOWIC, K. J.; **Feminismo e ativismo midiático: o jornalismo como estratégia de ação política.** In: **Fazendo Gênero - Seminário de Estudos sobre a Mulher**, 8, 2010, Florianópolis. Anais..., Santa Catarina: UFSC, 2010.
- RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do poder.** São Paulo: Ática, 1993, 269 p.
- REIS, R.; ZANETTI, D. **Comunicação e Territorialidade – Poder e Cultura, Rede e Mídias.** Vitória: Edufes, 2017.
- RIBEIRO, D. **O que é lugar de fala?** Minas Gerais: Letramento, 2017.
- RODRIGUES, T. **Maternidade lésbica.** Disponível em: < <https://azmina.com.br/especiais/maternidade-lesbica/>>
- SILVA, M. **Masculino, o gênero do jornalismo: um estudo sobre os modos de produção de notícia.** 2010. 247 f. Artigo (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010.
- SULLEROT, E. **La Presse Féminine.** Paris: Armand Colin, 1963.
- VICENTIN, C. **Educando pra desigualdade.** Disponível em: < <https://azmina.com.br/especiais/educando-para-desigualdade/>>
- VICENTIN, C. **O mito do aborto legal no Brasil.** Disponível em: < <https://azmina.com.br/especiais/o-mito-do-aborto-legal/>>

## **SOBRE O ORGANIZADOR**

**Marcelo Pereira da Silva** - Pós-doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, desenvolvendo o projeto intitulado: “Ecologia da Comunicação Organizacional – consumidores, instituições e públicos de afinidade nas redes sociais virtuais: interatividade, decepção, convivência e conflitualidade” (2018). Doutor em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo na linha de pesquisa Comunicação Institucional e Mercadológica, defendendo a tese: “A comunicação corporativa e o discurso do consumidor contemporâneo nos sites sociais de reclamação: decepção e coabitação na rede – desafios e oportunidades” (2016). Mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, apresentando a dissertação: “Sentidos de Brasil na imprensa argentina – A teia noticiosa do periódico *Clarín* (2009). Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, na Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação (2003). Atualmente, é docente permanente do Mestrado Interdisciplinar "Cultura e Sociedade", do Mestrado Profissional de Comunicação e do curso de Relações Públicas da Universidade Federal do Maranhão, Campus São Luís. É diretor da Assessoria de Comunicação da Universidade Federal do Maranhão, coordenando os Núcleos de Relações Públicas e Cerimonial, Rádio e TV, Web Jornalismo e Produção Visual e Publicidade desde agosto de 2018. Coordena o Grupo de Pesquisa ECCOM – Ecologia da Comunicação Organizacional na Universidade Federal do Maranhão. E-mail: marcelosilva\_rp@hotmail.com

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Aminer 36

Análise de discurso 39, 46, 148, 159

Análise quantitativa 259

Anúncio 133, 134, 142, 170, 171, 176, 177, 178, 292

### B

Blockchain 191, 192, 198, 199, 200, 201

Boato 125, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136

### C

Capital social 9, 98, 99, 100, 101, 104, 107, 109, 192, 200

Celebridade 1, 2, 5, 6, 8, 9, 10

Cinema 23, 189, 238, 239, 240, 262, 264, 265, 271, 272, 283, 284, 285, 286, 288, 291, 293, 294, 295, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313, 315

Cobertura jornalística 77, 82, 83, 86, 250, 324, 327

Comportamento do consumidor 88, 295

Consumo 6, 11, 12, 14, 54, 88, 91, 96, 110, 113, 114, 117, 119, 144, 193, 216, 287, 288, 328, 334, 336, 340, 343

Conteúdo 3, 8, 12, 14, 15, 19, 24, 31, 49, 53, 54, 55, 56, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 69, 79, 80, 82, 83, 88, 90, 92, 93, 94, 95, 96, 102, 103, 104, 106, 110, 113, 114, 117, 138, 140, 141, 143, 144, 148, 155, 156, 164, 170, 171, 172, 174, 175, 180, 181, 188, 192, 197, 199, 206, 207, 209, 211, 216, 226, 227, 230, 231, 232, 236, 252, 255, 256, 257, 258, 263, 276, 280, 286, 287, 297, 298, 331, 332, 348, 350, 361

Cotas 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213

Cotidiano 18, 44, 47, 55, 81, 126, 135, 167, 174, 194, 195, 196, 211, 216, 222, 233, 282, 295, 297, 298, 304, 312, 313, 314, 335, 356, 358, 361

### E

Eleições 53, 54, 57, 59, 61, 63, 64, 66, 67, 68, 69, 70, 74, 75, 76, 110, 111, 112, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 127, 132, 136, 138, 157, 255, 260, 355

E-sports 77, 79, 81, 83, 84, 85, 86

### F

Fake News 53, 55, 56, 59, 60, 63, 64, 65, 66, 123, 134, 136, 293, 344, 345, 349, 350, 353, 354, 355

Feminismo 185, 214, 217, 218, 219, 224, 225

Fotografia 70, 73, 262, 289, 313, 325, 356, 357, 358, 359, 361, 362



## I

Identidade 39, 45, 46, 49, 50, 51, 52, 129, 163, 207, 208, 211, 212, 229, 249, 263, 264, 287, 294, 356, 357, 358, 361, 362

Imaginário 219, 238, 239, 240, 241, 242, 245, 246, 248, 292

Imprensa 63, 102, 104, 108, 109, 110, 111, 113, 121, 123, 124, 127, 129, 132, 135, 136, 162, 171, 173, 175, 176, 181, 194, 195, 198, 204, 213, 216, 217, 219, 224, 226, 227, 229, 230, 234, 235, 236, 251, 254, 260, 275, 277, 278, 283, 302, 309, 318, 319, 327, 332, 335, 342, 359, 363

Influenciadores digitais 44, 46, 64

Infográfico 147, 149, 150, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 291

## J

Jornal impresso 14, 18, 102, 103, 104, 170, 171, 172, 174, 175, 178, 179, 194, 320, 350

Jornalismo 11, 12, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 55, 56, 64, 68, 77, 78, 79, 81, 82, 86, 87, 88, 91, 92, 94, 95, 96, 109, 113, 118, 121, 138, 146, 159, 160, 161, 162, 163, 168, 169, 170, 171, 174, 179, 180, 181, 182, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 214, 216, 217, 219, 220, 221, 223, 224, 225, 226, 232, 250, 251, 253, 254, 255, 257, 259, 260, 261, 262, 266, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 282, 283, 297, 298, 301, 303, 304, 316, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 353, 354, 355, 363

Jornalismo automotivo 316, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328

Jornalismo esportivo 77, 81, 82, 86, 87

Jornalismo literário 161, 162, 163, 168, 169

## M

Mídia 5, 6, 8, 10, 12, 14, 22, 42, 48, 49, 51, 64, 68, 76, 78, 79, 82, 83, 90, 92, 93, 96, 100, 102, 103, 108, 109, 111, 126, 127, 128, 132, 137, 139, 159, 171, 175, 180, 181, 182, 193, 196, 197, 204, 216, 217, 224, 226, 227, 229, 230, 233, 234, 235, 236, 249, 251, 254, 255, 261, 273, 274, 277, 279, 282, 283, 295, 309, 316, 318, 319, 320, 323, 324, 327, 328, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 352, 354, 355, 361

Mídias digitais 14, 79, 88, 98, 100, 102, 188, 297, 298, 302

Multiculturalismo 238, 239, 240, 241, 248, 249

## N

Notícias 2, 4, 12, 13, 14, 17, 40, 53, 54, 55, 56, 57, 59, 60, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 76, 79, 83, 85, 88, 94, 95, 99, 102, 104, 105, 106, 108, 121, 123, 127, 130, 131, 141, 144, 164, 174, 175, 180, 191, 192, 194, 197, 198, 201, 218, 230, 231, 233, 250, 251, 252, 254, 255, 256, 257, 259, 260, 261, 274, 276, 277, 279, 283, 294, 303, 304, 316, 318, 320, 323, 325, 331, 335, 337, 338, 345, 346, 349, 350, 351, 353, 354

## P

Presídio 184, 187, 188, 299

## R

Redes sociais 1, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 25, 26, 28, 29, 33, 34, 35, 42, 43, 44, 46, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 63, 64, 66, 67, 69, 70, 71, 73, 75, 82, 83, 93, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 117, 119, 121, 122, 123, 128, 131, 138, 139, 141, 145, 146, 165, 172, 200, 235, 259, 260, 285, 286, 289, 291, 331, 344, 345, 350, 357, 358, 361, 363

Reportagem 69, 102, 150, 161, 162, 164, 168, 169, 214, 215, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 225, 231, 235, 236, 280, 281, 297, 301, 302, 304, 319, 324, 326, 338

Representatividade 116, 182, 184, 188, 189, 203, 211, 259, 260, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293

## S

Saúde mental 330, 332, 333, 334, 335, 336, 337

Segunda tela 88, 89, 93, 94, 95, 96

Sensacionalismo 227, 232, 235, 252, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 282, 283, 342

Subjetividade 52, 135, 147, 155, 162, 221, 332, 333, 342, 343

## V

Valor-notícia 197, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-7247-695-9



9 788572 476959