



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA - UEPB  
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL (HAB. JORNALISMO) – DECOM**

**THAÍSE ARIADNE RAMOS SANTOS**

**O JORNALISMO FEMINISTA DA REVISTA DIGITAL AZMINA: UMA NOVA  
PERSPECTIVA DO JORNALISMO PARA MULHERES**

**CAMPINA GRANDE  
2017**

THAÍSE ARIADNE RAMOS SANTOS

**O JORNALISMO FEMINISTA DA REVISTA DIGITAL AZMINA: UMA NOVA  
PERSPECTIVA DO JORNALISMO PARA MULHERES**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade.

Orientador: Prof. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra

**CAMPINA GRANDE**

**2017**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

S237j Santos, Thaíse Ariadne Ramos  
O jornalismo feminista da Revista Azmina [manuscrito] : uma nova perspectiva do jornalismo para mulheres / Thaise Ariadne Ramos Santos. - 2017.  
32 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

"Orientação: Profa. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra, Departamento de Comunicação Social".

1. Jornalismo de Revista. 2. Feminismo. 3. Empoderamento feminino. I. Título.

21. ed. CDD 070.4

THAÍSE ARIADNE RAMOS SANTOS

O JORNALISMO FEMINISTA DA REVISTA DIGITAL AZMINA: UMA NOVA  
PERSPECTIVA DO JORNALISMO PARA MULHERES

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade Artigo Científico, apresentado à Coordenação do Curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba - UEPB, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social.

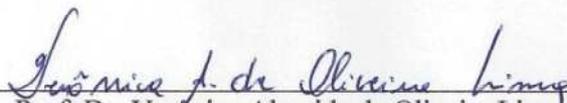
Área de concentração: Comunicação e Sociabilidade.

Aprovada em: 31 / 07 / 2017.

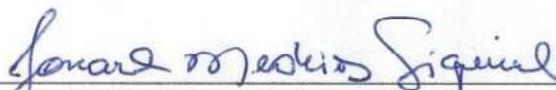
BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Ada Kesea Guedes Bezerra (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Verônica Almeida de Oliveira Lima  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. MSc. Jonara Medeiros Siqueira  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

A força que rege o universo e que nos move. Aos meus familiares e amigos, a todas as mulheres, DEDICO.

## AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, Luiza e Carlos, que me educaram com muito amor e sempre me ensinaram e incentivaram a lutar pelo que acredito. Aos meus familiares, que me ensinaram a importância e valor de uma família unida e sempre me deram todo o suporte necessário. Ao meu padrasto Franklin e madrasta Alcione, pais emprestados que a vida me deu de presente.

Meus agradecimentos aos amigos conquistados dentro da universidade, companheiros de jornada que fizeram parte da minha formação e tornaram a experiência engrandecedora. Com carinho pretendo preservá-los para a vida toda.

À minha orientadora do Trabalho de Conclusão de Curso, Ada Guedes, pela serenidade e disponibilidade. O seu apoio foi imprescindível para que o meu trabalho fosse concretizado. Obrigada por sua solicitude e confiança.

Aos meus melhores amigos Karen, Raiany e Matheus, que também são parte de quem eu sou hoje, e sempre acreditaram em mim e estiveram presentes em todos os momentos, me fortalecendo e apoiando. Ao meu namorado Igor, pela paciência e pelo carinho de sempre.

Aos coordenadores e professores do Curso de Comunicação Social da UEPB, pela dedicação e comprometimento. Aos mestres que carregam a missão de compartilhar o conhecimento e que o fazem com afinco.

Aos funcionários da UEPB, sempre atentos a ajudar.

A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigada.

*“Que nada nos defina, que  
nada nos sujeite. Que a  
liberdade seja a nossa  
própria substância, já que  
viver é ser livre.”*

(Simone de Beauvoir)

## SUMÁRIO

<b>1. Introdução.....</b>	<b>07</b>
<b>2. Jornalismo de Revista: o que é e para que se destina.....</b>	<b>08</b>
<b>3. Segmentação e a trajetória do jornalismo feito para mulheres... </b>	<b>10</b>
<b>4. Jornalismo para mulheres X jornalismo feminista.....</b>	<b>13</b>
<b>5. Jornalismo feminista: feito por e para (empoderar) mulheres....</b>	<b>17</b>
<b>6. Revista feminista em plataforma digital: uma análise sobre a história, missão e características da revista AzMina.....</b>	<b>21</b>
<b>7. Considerações finais .....</b>	<b>28</b>
<b>8. Referências .....</b>	<b>30</b>

## O JORNALISMO FEMINISTA DA REVISTA DIGITAL AZMINA: UMA NOVA PERSPECTIVA DO JORNALISMO PARA MULHERES

Tháise Ariadne Ramos Santos<sup>1</sup>  
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB

Ada Kesea Guedes Bezerra<sup>2</sup>  
Universidade Estadual da Paraíba – UEPB

### RESUMO

Este artigo sugere uma reflexão acerca do jornalismo dentro da ótica feminista e suas características e diferenciações para com o periodismo tradicional para mulheres. Em um primeiro momento, foi indispensável uma discussão sobre a trajetória do jornalismo para mulheres, bem como breve histórico de revistas para este público alvo e suas nuances de temporalidade e de representação. Os pressupostos teóricos que embasaram noções de jornalismo de revista e feminismo elucidam as transformações pelas quais passaram os dois, os pontos onde se encontram e como essa relação ocorre nos dias atuais. Neste sentido contribuíram autores como Buitoni (1990), Scalzo (2003) e Pinto (2010). O objeto de análise é a revista digital AzMina, aqui estudada a partir de conceitos que caracterizam a abordagem e linguagem jornalística, bem como o jornalismo feminista. Para tanto, realizou-se pesquisa exploratória e descritiva. Como resultado, podemos destacar a importância dessa forma de se fazer jornalismo e o impacto positivo que AzMina tem causado desde a primeira edição, além de sua contribuição imprescindível para o empoderamento feminino e a representatividade da mulher através do jornalismo.

**Palavras-chaves:** Jornalismo de Revista. Feminismo. Empoderamento.

### Introdução

O jornalismo de revista para o público feminino tem tomado novas formas e se desmembrado, criando vertentes que fogem ao padrão das revistas femininas que conhecemos desde que se há registro. Muito se discute sobre o conteúdo que essas revistas trazem e o impacto que causa junto a seu público alvo, e é certo que possuem um histórico de forte influência na padronização e “estereotipação” da mulher. Entretanto, com o advento da internet e das novas mídias, foi possível, através do movimento feminista e das constantes discussões a respeito da vida da mulher, que estas ganhassem voz, espaço e público para

---

<sup>1</sup> Aluna de Graduação em Comunicação Social na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I. E-mail: t.ariadne74@gmail.com.

<sup>2</sup> Jornalista. Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Campina Grande – UFCG. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual da Paraíba – UEPB. email: ada.guedes@gmail.com.

quebrar padrões antigos, sexistas e ditatoriais acerca do que ela – verdadeiramente – representa na sociedade.

Este trabalho visa considerar e adentrar às questões do jornalismo feito dentro da ótica feminista, produzido por mulheres que desenvolvem um trabalho na plataforma digital, em forma de revista periódica, para o público feminino, a partir da revista AzMina<sup>3</sup>. A pesquisa desenvolvida trabalha com significados, crenças, valores, relações humanas que compõem aspectos que não são perceptíveis e não captáveis em equações, médias e estatísticas, assim sendo, a finalidade é estudar a revista digital AzMina em profundidade de seu respectivo conteúdo.

Trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva, cujo caráter objetivo possibilitar uma maior aproximação com o problema em questão, de forma a evidenciá-lo ou a construir hipóteses, conforme coloca Gil (2007). De acordo com Triviños (1987) a pesquisa descritiva é o tipo de estudo que tem como proposta expor os fatos e fenômenos de determinada realidade, exigindo, para tal, uma série de informações acerca do que se deseja pesquisar. A metodologia adotada para este trabalho apoia-se na pesquisa qualitativa, que, de acordo com Silveira e Córdova (2009, p. 31.) “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc.” Os itens observados foram categorizados em conceituação, contextualização histórica e análise.

### **Jornalismo de Revista: o que é e para que se destina**

O fazer jornalístico tem seu berço no impresso, que se desmembrou da literatura e foi, aos poucos, se transformando no que conhecemos como jornal impresso. Através do tempo e do surgimento de novas tecnologias, bem como as mudanças na economia e no cenário das relações políticas e sociais, outras formas de fazer jornalismo começaram a aparecer e não pararam desde então. Dentre os vários veículos pelos quais o jornalismo perpassa, está a revista, que também surge como uma ramificação do jornal diário impresso e, partindo disso, desenvolve suas próprias características e torna-se algo novo, independente. Para Tavares e Schwaab (2013) a revista é um reflexo do contexto histórico que corresponde à expansão do próprio jornalismo, entre os séculos XVII e XVIII. Entretanto é só a partir do século XIX, com a revolução industrial invadindo e transformando todos os setores da sociedade, que o

---

<sup>3</sup> Vale ressaltar que que não se contempla o movimento feminista como algo momentâneo, a partir de um retorno através das novas mídias, mas sim como algo intermitente.

veículo midiático revista começa a se consolidar. Nesse período começou a se formar também o que seria o público para aquele novo meio, que ia além dos intelectuais, estendendo-se aos cidadãos comuns e alfabetizados. A partir de então todas as condições eram favoráveis para o amadurecimento e solidificação revista enquanto meio de comunicação.

Scalzo (2003) destaca que a revista chega ao Brasil com a corte portuguesa, e é na Bahia, em 1812, que surge a primeira publicação feita no país, nomeada “*As variedades ou Ensaios de Literatura*”. Um periódico com conteúdo sem caráter noticioso que tratava de assuntos literários e só produziu duas edições.

Tavares e Schwaab (2013) afirmam que o *boom* da produção de revistas impressas no Brasil se divide em quatro gerações, a primeira compreende as três primeiras décadas do século XX e está muito associada às revistas ilustradas, que, segundo Luca (2010, p.8) foi uma “novidade que se propagou e se impôs no início da centúria passada”, o autor destaca ainda que “jogaram um papel fundamental não apenas na difusão de hábitos, costumes, valores e sociabilidades urbanas [...], mas também na constituição de uma visualidade e sensibilidade modernas”.

Já a segunda geração pode ser compreendida entre 1930 e 1945, são produções perpassadas por títulos com perfil político e de interesse geral. De 1945 a 1960 surgem as revistas de cultura, fotomagazines e fotonovelas. Somente a partir da década de 1970 surge o que se pode ser considerada uma quarta geração de títulos nacionais, marcada pela consolidação das revistas de informação semanais. É também nessa época que a segmentação de mercado se torna uma tendência, e as editoras começam a investir no jornalismo especializado. (TAVARES e SCHWAAB, 2013, p. 30).

Scalzo (2003, p.12) afirma que “quem define o que é uma revista, antes de tudo, é o seu leitor”. Diferentemente do jornal impresso, a revista não é feita para um público em massa. Desde sua criação, o periódico tem como uma das principais características a segmentação dos temas e, conseqüentemente, dos públicos. Outras questões que diferem a revista do jornal são: a própria estética dos periódicos, o tratamento mais apurado de imagens e textos, a comunicação visual, a profundidade dos textos que ultrapassam o factual e imergem o leitor num universo de significações mais complexas e mais bem-elaboradas.

Para a autora “uma revista é um veículo de comunicação, um produto, um negócio, uma marca, um objeto, um conjunto de serviços, uma mistura de jornalismo e entretenimento”. (SCALZO, 2003, p. 13). O leitor de revista possui uma relação diferenciada com o periódico, pois, diferentemente do jornal, ela é feita sob medida para um público específico. Sendo assim, seu leitor sabe que ao comprar ele encontrará temas de sua afinidade,

que estão de acordo com sua realidade social, pensados para um determinado grupo de pessoas que possui interesses semelhantes, que compactua das mesmas ideias. De certa forma, a revista conhece seus leitores e cria, para eles, um mundo de informações baseado naquilo que o veículo entende que irá agrada-los. França (2013, p. 94) observa que isso acontece pois:

O terreno de rotina criado na relação com sua comunidade de leitores passa não apenas pela cotidiana aparição nas bancas ao longo dos anos, mas também pela repetição da forma como esses assuntos são tratados pela revista: o leitor já espera determinado tipo de posicionamento da revista a certos acontecimentos. Isso só é possível porque ela conseguiu estabelecer um espaço discursivo próprio com o passar dos anos.

O jornalismo de revista tem a finalidade de criar possibilidades de identificação para com o seu determinado público, propiciando uma relação de confiança e intimidade. Para isso tem que se existir uma “conversa”, onde a voz principal é a do leitor. Scalzo (2003) afirma que existem muitas formas de se ouvir o que o leitor tem a dizer, e que a revista tem que estar atenta a isso.

### **Segmentação e a trajetória do jornalismo feito para mulheres**

Além de conhecer bem seu público, a revista tem o poder de representar épocas e conjunturas sociais e culturais características de seu espaço e tempo. Produzir uma revista é como produzir uma cápsula do tempo, pois são também documentos, elas servem para nos levar de volta, e mesmo registrar momentos históricos e decisivos para a sociedade. É possível conhecer muito de uma sociedade e suas mudanças através desse tipo de periódico. São representações sobre moda, comportamento, produção cultural, pensamento e ideologias, característicos de determinado período.

Com o aprimoramento do jornalismo para revista, passa a existir a segmentação, que hoje é um dos aspectos principais desse tipo de veículo e aquela surge do estabelecimento de um “universo discursivo” que França citando Maingueneau (2007) elucida como sendo:

[...] conjunto de formações discursivas de todos os tipos que interagem em uma conjuntura. Esse universo seria apenas um horizonte a partir do qual são construídos os “campos discursivos”, um conjunto de formações que se encontram em concorrência, abrindo múltiplas redes de troca. Nesses campos, por sua vez, devem-se isolar os “espaços discursivos”, que seriam os subconjuntos das formações discursivas que se opõem dentro do campo. Em um universo discursivo como o jornalismo, há o campo discursivo das revistas e o espaço discursivo de cada uma delas, com suas características próprias. Assim, no universo do jornalismo, há o campo discursivo das

revistas de informação, das femininas, das masculinas, etc. e, dentro de cada um deles, as revistas que aí se encaixam, cada uma com sua identidade. (FRANÇA, 2013. p. 94).

A segmentação, como afirma Buitoni (2013), é um fenômeno do século XX, que se diferencia do jornalismo especializado, mas guarda alguns pontos comuns. Este último é mais antigo que a lógica da segmentação, e se difere no sentido de que a especialização se refere mais ao aprofundamento dos temas, sem se importar muito com o público definido, ao passo que a segmentação pode englobar vários conteúdos de forma linear, com ênfase no público destinado. Nesse sentido, a revista tem possibilidades múltiplas de criação com base nos seus públicos possíveis. Outro aspecto que diferencia a revista do jornal impresso é a periodicidade. Pelo fato de ser semanal, quinzenal, mensal ou trimestral, a publicação ganhou tempo para produzir matérias mais robustas, mais profundas e investiu fortemente em imagens e expressões visuais, o que se tornou identidade natural desse tipo de veículo.

A primeira revista direcionada ao público feminino surge em 1693, na França, intitulada *Mercúrio das Senhoras*. A publicação fornecera a “fórmula” editorial que serviria de base para as revistas femininas subsequentes. “Trouxeram uma fórmula editorial voltada basicamente aos afazeres do lar e às novidades da moda – algumas ofereciam às leitoras moldes de roupas e desenhos para bordados, coisa que persiste até hoje em publicações do tipo”. (SCALZO, 2003, p. 22).

Desde então as revistas femininas não pararam mais de se multiplicar e encorpar novas fórmulas. Em 1945, quando termina a Segunda Guerra Mundial, surge também na França a revista *Elle*, criada por Hélène Gordon-Lazareff, com periodicidade semanal. *Elle* foi fundamental na retomada do otimismo das leitoras com relação a si mesmas e ao seu país. O modelo deu tão certo que foi lançado em 16 países, mas apesar de tamanho sucesso, a revista feminina que é o maior ícone de todos os tempos é a *Cosmopolitan*, criada em 1962 pela secretária Helen Gurley Brown. O periódico derivou do livro escrito por ela chamado *Sex and the Single Girl*, o que resultou no sucesso internacional ao abordar temas que interessavam jovens, como relacionamentos, carreira e independência feminina, consagrando a revista como sucesso absoluto, tendo atualmente 48 edições em 25 idiomas e sendo vendida em todo o mundo. (SCALZO, 2003, p. 25.)

No Brasil, a primeira revista feminina surge em 1827, no Rio de Janeiro, nomeada *Espelho Diamantino*:

Periódico de Política, Literatura, Belas Artes, Teatro e Modas dedicado às Senhoras Brasileiras, que trazia textos leves e didáticos sobre política nacional e internacional, trechos de romances estrangeiros, críticas de

literatura, música, belas-artes, teatro e notícias sobre moda, além de crônicas e anedotas. Tudo isso para deixar a mulher “à altura da civilização e dos seus progressos”. (SCALZO, 2003, p. 28).

Surgiram várias publicações semelhantes como *O Correio das Modas*, de 1839, também no Rio de Janeiro; *Espelho das Brasileiras*, editada em Recife, entre outras. Vale frisar que no início, as publicações voltadas para o público feminino “reforçavam o lugar social da mulher: sua educação por melhor que fosse, dirigia-se à ocupação deste papel, ao cumprimento das tarefas de esposa e mãe” (LAJOLO, 1999, p. 257).

Em meados de 1950 surge um novo formato que faria muito sucesso com o público feminino, principalmente na América Latina: as revistas fotonovelas. Eram periódicos fotográficos que contavam histórias românticas e não possuíam cunho revolucionário, porém começaram a designar o público feminino como um potencial de mercado, o que faz com que surjam periódicos mais diversificados, como a *Manequim*, primeira revista de moda, que seguia o modelo da estrangeira *Elle*, trazendo em suas páginas moldes para fazer roupas. Sucessivamente, em 1961, surge a *Claudia*, que também segue o modelo das anteriores com conteúdos sobre moda, decoração, beleza e culinária, para as donas do lar. Gradativamente *Claudia* desenvolve também a fotografia de moda e começa a investir numa produção voltada para a mulher brasileira e a trazia como estrela de suas páginas, a revista aos poucos incorpora temas que acompanham as mudanças na vida das mulheres, como saúde, orçamento doméstico, sexo e questões jurídicas. (SCALZO, 2003, p. 34).

Buitoni (1981, p. 28) separa a imprensa feminina do século XIX em dois grupos: a “tradicional, que não permite liberdade de ação fora do lar e que engrandece as virtudes domésticas e as qualidades ‘femininas’ e a progressista, que defende os direitos das mulheres”.

A imprensa feminina progressista, analisada por Hahner (1981), trazia em seu conteúdo, de forma tímida, assuntos que elucidavam as mulheres sobre a sua capacidade e seu papel dentro da sociedade na qual estavam inseridas. Também abordavam “a ideia essencial de que a dependência econômica determinava a subjugação feminina e de que uma educação melhor poderia ajudar a elevar o status da mulher” (HAHNER, 1981, p. 55).

Dentre as feministas da imprensa progressista estava Carmen da Silva, importante figura para a história do jornalismo feito por mulheres no Brasil. Costa (2011) afirma que suas experiências e conhecimentos lhe comportavam um olhar diferente diante da mulher de classe média, o que tornava seus artigos potencialmente capazes de lançar um espaço para retratar a condição da mulher brasileira e capacitá-las para desenvolver novos papéis na sociedade.

Muitos anos depois, com a inserção da mulher no mercado de trabalho e na vida pública, esta realidade começa a sofrer graduais e lentas mutações. Se, ainda hoje é possível encontrar resquícios do “papel da mulher da sociedade” dentro de revistas femininas, antes:

O surgimento da imprensa feminina no Brasil respondeu a uma necessidade da burguesia de elevar o nível das mulheres de sociedade e à necessidade das mulheres de exprimirem suas queixas e reivindicações. Logo, os movimentos feministas se apropriaram desses mesmos canais. Os periódicos eram a voz de todo um gênero em uma sociedade patriarcal onde até hoje, não só a mulher como todos que apresentam discordâncias ou diferenças da etnia dominante lutam para serem ouvidos e para fazer valer o direito de igualdade entre os indivíduos. (CABRAL, 2008, p. 5)

A revista, desde sempre, além de levar entretenimento e informações, cumpre um papel de representação do seu público. Conforme Minayo (1995):

A noção de representação social parte da crença de que “a sociedade se exprime simbolicamente em seus costumes e instituições através da linguagem, da arte, da ciência, da religião, assim como através das regras familiares, das relações econômicas e políticas”. (MINAYO apud MELO, 2006, p. 3).

Todas essas particularidades foram (e são) impressas, também, nas páginas das revistas, fazendo com que seja possível se entender o tipo de sociedade, bem como suas conjunturas políticas, sociais, econômicas e culturais, e os grupos sociais para os quais a revista serve como representação. Até mesmo quando determinado grupo é ignorado ou simplesmente não aparece, isso também é um tipo de discurso que significa que ele não se encaixa nos padrões impostos pela sociedade, ou algo dessa natureza. Porém, com o passar dos anos e as modificações decorrentes da evolução da tecnologia, atrelada a popularização do acesso à informação através, principalmente, da internet, esses grupos designados minorias (mulheres, negros, LGBTQs, nordestinos, índios, etc.) têm aos poucos ocupado espaços, ganhado cada vez mais representatividade em meios que antes não era possível imaginar. Gradativamente, os veículos comunicacionais têm sentido a pressão desses públicos que está em todos os lugares, e que querem ter representatividade real.

### **Jornalismo para mulheres X jornalismo feminista**

O jornalismo, como tantos outros, é um ofício fruto do patriarcado, e tal qual outras profissões, foi, por muito tempo, um espaço limitado para as mulheres em todos os sentidos.

Durante muito tempo, as mulheres foram consideradas seres intelectualmente inferiores aos homens, o que inviabilizava que elas pudessem ser alfabetizadas e tivessem acesso à informação, ficando limitadas, exclusivamente, aos afazeres domésticos e cuidados com o marido e filhos. Com o passar do tempo, esse quadro começa a mudar e lentamente, com a inserção das mulheres no mercado de trabalho, quando os veículos comunicacionais passam a ter a percepção de que as mulheres se tornavam público consumidor potencial, começa a se desenvolver conteúdos para esse público. Sousa (2010) fundamentada em Duarte (2003) afirma que:

O que acarreta uma mudança social nas funções exercidas pela mulher é a sua participação na educação. Era preciso, antes do engajamento em lutas e movimentos sociais, que a mulher passasse a se perceber como um ser pensante capaz de desempenhar outras atividades além da de procriar, cuidar do lar e satisfazer os mais variados caprichos de seu cônjuge. Ela própria teve que se ver segundo outros parâmetros sociais e culturais, o que em parte foi possível pela abertura de escolas públicas femininas, autorizadas legislativamente em 1827. [...] E foram aquelas primeiras (e poucas) mulheres que tiveram uma educação diferenciada, que tomaram para si a tarefa de estender as benesses do conhecimento às demais companheiras, e abriram escolas, publicaram livros, enfrentaram a opinião corrente que dizia que mulher não necessitava saber ler nem escrever (SOUSA, 2010, p. 19).

Quando as primeiras revistas femininas surgiram, eram escritas e editadas por homens. Seus conteúdos possuíam cunho majoritariamente de entretenimento e lazer para as mulheres românticas, esposas, donas do lar e mães. Não abordavam temas que fugissem aos modelos pré-estabelecidos para a condição da mulher, e reforçavam o seu “papel” na sociedade. No Brasil, podemos citar, por exemplo, títulos como: *O Espelho Diamantino: periódico de política, literatura, belas artes, teatro e modas* (1827-1828); *Espelho das brasileiras* (1831); *Museo Universal: jornal das famílias brasileiras* (1837-1840); *Correio das Modas* (1839-1840), que afirmavam serem “dedicadas às mulheres brasileiras”. (COSTA, 2014, p.27).

Conforme o autor, mesmo quando surge a primeira publicação feminina feita por uma mulher, o conservadorismo sempre esteve presente, como é possível observar na primeira revista considerada integralmente feminina (produzida para e por mulheres), o *Jornal das Senhoras*, periódico semanal que seguia o modelo das precursoras, e trazia conteúdos de literatura, moda, belas-artes e teatro em suas páginas. Sua idealizadora, Joana Manso de Noronha, defendia que a revista objetivava melhorias nas condições sociais de vida da mulher, bem como sua emancipação moral. Entretanto, apesar de apresentar um posicionamento de inclinação feminista, quando passa a ser editada pela baiana Violante Ximenes Bivar e Velasco, a revista apresenta conflitos, pois ao passo que defendia a educação

para mulheres, continuava a reforçar que esta deveria estar devotada ao lar e (a escolha de um bom) marido.

Tradutora e intelectual de prestígio no ambiente da corte carioca, Violante defendia a igualdade intelectual entre os sexos. Mas a publicação dirigida por ela seguia uma receita menos ousada: a mulher deveria se instruir para conseguir um bom marido, ser boa esposa e educar bem os filhos (subentendido, os herdeiros varões). (COSTA, 2014, p.28)

Com o passar dos anos e a eclosão dos movimentos feministas ao redor do mundo, a mulher começa a ganhar autonomia e ocupar os espaços que até então só pertenciam aos homens: as urnas, os escritórios, as ruas, os centros comerciais. O que começa a mudar, também, - ainda que gradativamente – é a percepção que a mulher apresenta em relação a si mesma, e seus conceitos sobre o papel que exerce na sociedade, como afirma Perrot (2007, p.15):

A história das mulheres mudou. Em seus objetos, em seus pontos de vista. Partiu de uma história do corpo e dos papéis desempenhados na vida privada para chegar a uma história das mulheres no espaço público da cidade, do trabalho, da política, da guerra, da criação. Partiu de uma história das mulheres vítimas para chegar a uma história das mulheres ativas, nas múltiplas interações que provocam a mudança.

É impossível falar sobre tais transformações e compreender esta trajetória sem considerar o movimento que fez eclodir novos lugares de fala e de atuação para as mulheres. Para os estudiosos, o nascimento do feminismo moderno pode ser identificado em meados do século XVIII, durante a Revolução Francesa (1789), onde as mulheres passam a reivindicar que os direitos sociais conquistados por meio das revoluções se estendam também a elas, enquanto cidadãs da sociedade. É nesse período, que sucede o iluminismo e carrega consigo seus fragmentos ideológicos,

[...] que o feminismo adquire uma prática de ação política organizada. Reivindicando seus direitos de cidadania frente aos obstáculos que o contrariam, o movimento feminista, na França, assume um discurso próprio, que afirma a especificidade da luta da mulher. (ALVES; PITANGUY, 1991, p. 32).

A partir de então, os ideais reivindicatórios provenientes das revoluções começam a se espalhar em diversos países, e mulheres começam a se mobilizar, cada vez mais, para lutar por seus direitos. De acordo com a cientista política Lúcia Avelar, no século XIX,

trabalhadoras da indústria têxtil se reúnem em Nova Iorque, no dia 8 de março de 1857, pela redução da carga horária de trabalho exaustiva de 16 para 10 horas, e para lutar por melhores condições de trabalho e salário, e parte delas teria sido trancada no galpão e incendiadas. No mesmo dia, em 1908, uma nova geração de operárias se mobiliza para lutar contra a exploração a que eram submetidas.<sup>4</sup>

Conforme Pinto (2010, p. 15), é na Inglaterra, no final do século XIX, que tem início a chamada primeira onda do feminismo. Nesse período do movimento, as mulheres britânicas lutaram por direitos básicos, mas o que ganhou mais popularidade foi o voto. Elas reivindicaram seus direitos e ficaram conhecidas como “as sufragistas”. Foram várias manifestações em Londres onde protestaram, fizeram greve de fome, foram presas diversas vezes. Em 1918 conquistam o direito ao voto na Inglaterra. Do outro lado do mundo, no Brasil, manifestações da primeira onda do feminismo também aconteceram com mais força na luta pelo voto, mas aqui a conquista aconteceu mais tardiamente, em 1932, no Novo Código Eleitoral brasileiro.

Este feminismo inicial, tanto na Europa e nos Estados Unidos como no Brasil, perdeu força a partir da década de 1930 e só aparecerá novamente, com importância, na década de 1960. No decorrer destes trinta anos um livro marcará as mulheres e será fundamental para a nova onda do feminismo: *O segundo sexo*, de Simone de Beauvoir, publicado pela primeira vez em 1949. Nele, Beauvoir estabelece uma das máximas do feminismo: “não se nasce mulher, se torna mulher” (PINTO, 2010, p. 20).

O feminismo dos séculos XX e XXI tem maior abrangência em seus campos de reivindicação, pois além de continuar lutando por espaço e pela igualdade entre os sexos, a luta estende-se a causas muitíssimo importantes como o combate à violência contra a mulher. No Brasil, uma grande conquista foi a lei “Maria da Penha”, criada em 2006 para defender a mulher vítima de violência doméstica, agressões e ameaças. Outras pautas da terceira onda do feminismo são o empoderamento feminino, a defesa do aborto, a liberdade sexual, a ocupação dos espaços políticos, representatividade e tantas outras questões que ainda hoje precisam ser

---

<sup>4</sup> Os protestos e greves das operárias tecelãs – por condições dignas de trabalho, redução da carga horária e melhores salários (elas ganhavam um terço dos salários dos homens) – que aconteceram no dia 8 de março em Nova Iorque, no século XIX, foram duramente reprimidos pela polícia, o que tornou a data um ícone da luta das mulheres. A socióloga brasileira Eva Blay afirma que existe ainda outra versão para a data, que teria sido derivada de manifestação de operárias russas do setor de tecelagem, que entraram em greve e pediram apoio aos metalúrgicos. A data 8 de março, considerada o Dia Internacional das Mulheres, teria sido proposta pela alemã Clara Zetkin, no ano de 1910, em meio à II Conferência Internacional de Mulheres Socialistas em Copenhague, embora só tenha sido oficializada por decreto pela ONU (Organização das Nações Unidas) em 1975. (Fonte: <http://azmina.com.br/2017/03/esqueca-o-incendio-na-fabrica-esta-e-a-verdadeira-historia-do-8-de-marco/>).

conquistadas.<sup>5</sup> Na atualidade, o feminismo se subdivide em várias vertentes, que abordam questões distintas que interessam à cada grupo, porém estão todas inseridas no mesmo propósito, segundo Bell Hooks, pseudônimo adotado pela autora e ativista social feminista estadunidense, Gloria Jean Watkins “feminismo é um movimento para acabar com o sexismo, com a exploração sexista, e com a opressão”<sup>6</sup>.

Toda essa congregação de força, pensamento político que perpassou os campos da literatura, das artes, da produção acadêmica também se fez presente nos conteúdos da imprensa.

### **Jornalismo feminista: feito por e para (empoderar) mulheres**

É importante estabelecer a diferença existente entre a imprensa feminina e a feminista, segundo Buitoni (1990) a imprensa feminina é escrita para o público feminino, já a feminista, apesar de ser destinada ao mesmo público, caracteriza-se por se ter sua base na defesa dos direitos das mulheres.

Uma das revistas que representa uma parte importante da jornada e história do jornalismo feminista é a emblemática *Ms. Magazine*, revista norte-americana fundada em dezembro de 1971, pela feminista da segunda onda e ativista sócio-política Gloria Steinem. Com a promessa de um feminismo popular, a revista almejava conquistar o espaço no mercado competitivo das revistas femininas, assim como (e principalmente) disseminar e despertar a consciência do feminismo para as leitoras. Em seu livro *A Ms. Magazine e a promessa do feminismo popular*, Farrell (2004) faz uma análise minuciosa da trajetória da revista, que dividiu (e até hoje divide) opiniões de feministas acerca do periódico e sua

---

<sup>5</sup> As três ondas do feminismo são, principalmente, norte-americanas, e concernem particularmente ao pensamento feminista filosófico e político de acordo com suas escolas e eras. É possível, entretanto, identificar algumas características desses feminismos em outras sociedades ocidentais, de forma indireta. Porém as três ondas não englobam o pensamento feminista em países não ocidentais, tampouco contemplam a filosofia feminista antes de meados do século XIX. Atualmente, a filosofia feminista moderna abarca seguidores e militantes que compactuam com o pensamento feminista tanto da segunda como da terceira onda e outros. Com as mudanças constantes nos âmbitos políticos e sociais, bem como a expansão da imigração, globalização e da comunicação, é presumível que o feminismo veja ainda mais mudanças. Como as ondas de feminismo tiveram origem e seguiram filosofias sobretudo ocidentais, mulheres de outras culturas e sociedades ainda se encontram em estágios diferentes no que se diz respeito aos direitos, e possuem uma visão diferente sobre sua condição enquanto mulheres. No próprio ocidente é possível observar muitas escolas variadas do pensamento feminista, incluindo, por exemplo, o ecofeminismo, feminismo negro, feminismo branco, pós-feminismo, feminismo pós-moderno e feminismo individualista. Cada uma dessas vertentes possui particularidades que se referem aos seus membros e suas reivindicações, mas todas guardam pontos comuns entre si. (RAMPTON, 2008; PINTO & MORITZ, 2010)

<sup>6</sup> Ver em: < <http://escrevalolaescreva.blogspot.com.br/2012/03/dia-de-luta-nao-so-hoje.html> > Acesso em 01/02/2017

proposta. Para a autora “a história da *Ms.* é a história da disseminação do feminismo nos anos 70 e 80, já que as questões que esta revista enfrentava refletiam os dilemas e avanços encontrados por tantas outras organizações feministas do período”.

Conforme Farrell, a *Ms.* conseguiu transitar no universo das revistas femininas e periódicos feministas simultaneamente, no sentido de que ela era um híbrido dos dois universos:

Como uma revista de circulação de massa, de várias formas ela se parecia e soava como qualquer revista para mulheres encontrada nas bancas – uma foto reluzente na capa, um anúncio na contra-capas, o estilo retórico enfatizando o tom pessoal e o índice repleto de títulos de artigos de autoajuda. As editoras da *Ms.* explicavam em textos promocionais que esta era uma revista de “serviços”, o eufemismo usado pelo ramo publicitário para denominar as revistas para mulheres, mas com uma diferença. Com artigos de títulos “Como criar problemas” e “Histórias para crianças livres”, a revista sugeria que a forma de melhorar a vida das mulheres não era ensiná-las a segurar seu homem, mas sim a rejeitar o patriarcado, incentivar a independência e lutar contra os papéis sexuais. (FARRELL, 2004, p.20).

Como anteriormente abordado neste artigo, desde o início da produção de revistas de massa, as mulheres eram entendidas como um potencial de mercado consumidor, e apesar de, com o passar do tempo, a abordagem passar de *mulher-mãe, dona-de-casa e esposa* para a *mulher-solteira, independente e sobre seus relacionamentos com homens*, como nas revistas *Vogue* e *Cosmopolitan*, contudo, a característica de mercado consumidor permanece intacta, e quiçá mais presente e explorada do que antes, criando padrões estéticos e de consumo, além de continuar perpetuando a “necessidade” da mulher de possuir um relacionamento com um homem. Entretanto, apesar da militância do movimento feminista criticar as publicações femininas da grande mídia, ela também reconhecia que sua importância era tremenda para o alcance de um público nacional, que, muitas vezes, só teria acesso ao movimento por meio da mídia tradicional. (FARRELL, 2004, p. 40-41)

O que fez da *Ms.* um sucesso de vendas foi, justamente, a habilidade de produzir uma revista que atraía ambos os anunciantes e as leitoras, tornando sua fórmula única e rentável. A *Ms.*, diferentemente de outros periódicos feministas, não rejeitou as ofertas dos anunciantes, assim como não rejeitou o formato que tanto fazia sucesso no meio das revistas femininas, e isso foi, como coloca Farrell (2004) seu ponto mais forte, mas também o mais fraco.

No Brasil, segundo Costa (2014), a preocupação em criar um periódico que abordasse questões acerca da vida da mulher e que defendesse e lutasse por seus direitos acontece desde 1873, ano em que a revista *O Sexo Feminino* é lançada pela professora Francisca

Senhorinha da Motta Diniz, em Minas Gerais. A revista apresentava um olhar visionário para a época, em sua primeira edição, datada 7 de setembro de 1873, seu editorial já alertava:

Zombem muito embora os pessimistas do aparecimento de um novo órgão na imprensa. [...] O Sexo Feminino aparece, há de lutar, e lutar até morrer: morrerá talvez, mas sua morte será gloriosa e a posteridade julgará o perseguidor e o perseguido. O século XIX, século das luzes, não se findará sem que os homens se convençam de que mais da metade dos males que os oprimem é devida ao descuido que eles tem tido da educação das mulheres, e ao falso suposto de pensarem que a mulher não passa de um traste de casa. [...] Em vez de pais de família mandarem ensinar suas filhas a coser, engomar, lavar, cozinhar, varrer a casa, etc., etc., mandem-lhes ensinar a ler, escrever, contar, gramática da língua nacional perfeitamente, e depois, economia e medicina doméstica, a puericultura a literatura (ao menos a nacional e portuguesa), a filosofia, a história, a geografia, a física, a química [...]; que estas meninas assim educadas não dirão quando moças estas tristes palavras: “Se meu pai, minha mãe, meu irmão, meu marido morrerem o que será de mim!!”

Segundo Sousa (2010), no período que compreende a primeira fase do feminismo no Brasil, até o início dos anos 1970, quando o movimento feminista começa a se reorganizar politicamente, não houve uma publicação ou manifestação que abordasse o posicionamento feminista de forma efetiva.

Este foi um período [1932-1970] de refluxo do movimento feminista. O movimento liderado por Bertha Luz ainda tentou algumas intervenções no período do governo provisório pós-1930 e na breve experiência constitucional interrompida com o golpe de 1937. Após este ano o movimento praticamente morre. Desde a redemocratização em 1946, as lutas sociais estavam, no Brasil, e no mundo, muito determinadas pela vaga socialista e pela utopia comunista, em que não havia espaço para lutas, chamadas na época de particularistas, como a que seria levada posteriormente pelas mulheres (PINTO, 2003, p. 11).

Posteriormente, enquanto o feminismo criava cada vez mais publicações e ganhava espaço ao redor do mundo, nessa mesma época o Brasil era cenário de repressão ferrenha a qualquer coisa que ameaçasse a ordem, a moral e os bons costumes. O país vivia o período da Ditadura Militar<sup>7</sup> (1964-1985) que entendia o feminismo como forma de subversão, por seu

---

<sup>7</sup> A ditadura militar no Brasil teve início no dia 1 de abril de 1964 e durou até 15 de março de 1985. O regime autoritário foi implantado com o golpe militar, que interrompeu o mandato do então presidente democraticamente eleito, João Goulart. Durante o período da ditadura, o Congresso Nacional foi desfeito e perdeu autonomia, liberdades civis foram cerceadas, foi estabelecida a censura ferrenha, além de ter sido criado um código de processo penal militar que consentia ao Exército brasileiro e a Polícia Militar prender e encarcerar qualquer pessoa que fosse considerada suspeita, bem como impedir qualquer revisão judicial. Muitas pessoas foram torturadas, mortas, exiladas e desaparecidas na época da ditadura. A cultura e a educação sofreram

caráter questionador e reivindicatório. Nessa época, na segunda-onda do feminismo no Brasil, surgiram publicações feministas da imprensa alternativa como os jornais *Nós Mulheres* e *Brasil Mulher*, sediados em São Paulo, existiram no período que compreendeu 1975 a 1980, em meio ao regime que o país estava inserido. Teles e Leite (2013) afirmam que as publicações

Defenderam os ideais e princípios relacionados ao contexto político do movimento nacional feminista pós-luta armada, quando a oposição buscava novos campos de atuação. Ambos estavam comprometidos com uma nova linguagem e com a difusão de reivindicações e propostas vinculadas diretamente às condições das mulheres e às novas formas de fazer política. [...] eram jornais voltados para uma consciência crítica das mulheres diante de sua situação histórica, e para motivá-las a se inserir no contexto da luta política de resistência à ditadura militar sem deixar suas questões específicas. Mas, principalmente, fazê-las entender que a revolução social tem que dar conta das necessidades das mulheres. [...] (TELES; LEITE, 2013, p. 59 e 65).

Segundo Teles e Leite (2013) os periódicos eram destinados a mulheres dos meios populares: mulheres da periferia, operárias, trabalhadoras do campo, e constantemente abordava essas mulheres como temática principal, e traziam em suas páginas temas que desconstruíam padrões exaustivamente abordados pela mídia feminina tradicional, quebrando estereótipos e buscando mobilizar as mulheres para uma nova perspectiva de transformação social.

O feminismo como um divisor de águas, têm colocado em pauta assuntos de extrema importância para a mulher enquanto indivíduo e sua vida em sociedade, diferente da revista tradicional feminina que, até hoje, – apesar de todos os avanços e conquistas conseguidas através do feminismo – continua a abordar, de forma conservadora, pautas que colaboram para a conservação de estigmas, padrões inatingíveis e manutenção do machismo que cerceia, de tantas formas, a vida das mulheres.

---

drasticamente com a censura, que não permitia que houvessem manifestações de pensamento que fossem contrárias ao regime. A ditadura teve fim quando José Sarney assumiu a presidência, o que deu início ao período conhecido como Nova República.

## **Revista feminista em plataforma digital: uma análise sobre a história, missão e características da revista AzMina**

AzMina<sup>8</sup> é uma revista online e gratuita, de periodicidade mensal, fruto da organização sem fins lucrativos de mesmo nome. A instituição tem como objetivo compartilhar informação para combater os diversos tipos de violência que atingem mulheres brasileiras, considerando as diversidades de raça, classe e orientação sexual. A instituição é também responsável pela criação de campanhas de conscientização através das redes sociais, como a #CarnavalSemAssédio e #MamiloLivre.

Nana Queiroz, bacharel em jornalismo pela USP e especialista em Relações Internacionais pela UnB, idealizadora do movimento #NãoMerecoseRestuprada e autora dos livros *Você já é feminista: abra este livro e descubra o porquê* e *Presos que menstruam*, é a fundadora do coletivo AzMina e diretora de redação da publicação online, que teve sua primeira edição publicada em setembro de 2015. Nana e a equipe de colaboradoras que fazem a revista, se dedicam a produzir “um jornalismo investigativo acessível, de qualidade e sem rabo preso com anunciantes”. Trata-se de “uma equipe diversa apaixonada por este projeto e dedicada a usar o jornalismo e a educação para ajudar a melhorar o mundo, principalmente para nós, mulheres!”.

A revista é caracterizada por trazer pautas ricas que usam uma abordagem investigativa e que contemplam um público diverso de mulheres. A seção Butina é exclusiva para escritoras lésbicas. Na pluralidade de colaboradoras estão presentes Luísa Marilac, travesti sucesso no YouTube, que escreve a coluna “*Mulher, trans.*” e Lola Aronovich, professora universitária e editora do blog feminista “*Escreva Lola Escreva*”. AzMina foi viabilizada através de uma campanha de financiamento coletivo, e conseguiu captar R\$50.000 para dar início ao projeto. Artistas e personalidades como Jean Willys e Gregorio Duvivier participaram como apoiadores fazendo doações. Dispensa anunciantes que propaguem padronizações, mensagens machistas, heteronormativas e discriminatórias, e se mantém através de *crowdfundings*, fundos de ONG’s que promovem o empoderamento feminino, além de doações de apoiadores e assinantes. Também possui uma parceria com a ONU Mulheres, que auxilia a revista na identificação de anunciantes que sejam “amigos da mulher” e que se alinham com os motivos do coletivo e sua ideologia de empoderamento feminino.<sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Informações retiradas do site da revista: <azmina.com.br>

<sup>9</sup> Informações da matéria “Publicação digital ‘AzMina’ quer reformular o conceito de revista feminina” publicada em O Globo no dia 01/09/2015.

Possui uma identidade visual que prende os leitores, faz uso de cores atrativas e fontes que remetem a pinceladas. O layout da página é arrojado, e todos os elementos do site conversam entre si. Fazendo o uso da linguagem imagética, a fotografia está presente em praticamente todos os lugares da revista. É possível encontrar também, colagens, ilustrações, infográficos e outros elementos. No topo da página estão os setores: arquivo, seções, quem somos, assine, newsletter, seja um(a) parceiro(a), seja um(a) e lupa. (Ver figuras 1 e 2).

**Figura 1**



Fonte: azmina.com.br (2017)

**Figura 2**



Fonte: azmina.com.br (2017)

Na parte de seções estão as colunas da revista, que envolvem temas diversos de interesse do público, entre eles podemos ler matérias investigativas na seção *Dossiê das delegacias da mulher*, a editoria *Biscativismo* fala sobre mobilizações feministas, campanhas

e matérias sobre temas que são pauta do movimento feminista como aborto e estupro. A coluna *Minas que honram o rolê* traz perfis, entrevistas, vídeos e ideias de mulheres empoderadas. A seção *Molhadinha* é reservada para quebrar tabus sobre sexo e propõe o melhor conhecimento da mulher em relação ao seu corpo. Pode-se encontrar uma programação cultural que faz bem para mulheres na seção *Programa*. *Mãezinha Vírgula* é um lugar onde se fala sobre maternidade de forma livre. A coluna *Descomportadas* é dedicada a temas que contrariam a clássica seção de “comportamento” das revistas tradicionais. A seção *Butina* é dedicada às leitoras lésbicas; as demais colunas da revista são: *Divã d’AzMina*, *Telefone sem fio*, *Mochilão d’AzMina*, *Postei e saí correndo*, *Só no caimento*, *Beleza Pura*, *Esporte*, *Ecolegal*, *Romance de folhetim*, *Trocando ideia*, *Hard Grrrls*, *Antropologia feminista*, *Direitos d’AzMina*, *Mulher, trans.*, *Putá feminista!*, *Por um novo normal* e *AzMina faz*.

A equipe da revista é formada por profissionais, que produzem e editam o conteúdo, além da criação de arte e design gráfico do site. São seis jornalistas (Nana Queiroz, Helena Bertho, Carolina Vicentin, Paula Fróes, Lais Modelli e Bruna Escaleira), três designers (Paula K., Larissa Ribeiro e André Rodrigues), duas psicólogas (Letícia Bahia e Jaqueline de Jesus), uma advogada (Lívia Magalhães), uma antropóloga (Debora Diniz) e seis escritoras e colunistas especializadas em diferentes áreas (Tamy Rodrigues, Ana Paula Lisboa, Juliana Luna, Luísa Marilac, Amanda Negri e Paula Gil) além das colunas *Hard Grrrls* e *Dibradoras*.

O conteúdo é distribuído entre a equipe e colaboradores, que fazem desde matérias textuais a editoriais de moda e beleza, produzem conteúdo audiovisual, entrevistas e perfis, crônicas, entre outros. As matérias são produzidas por profissionais, logo os textos são carregados de dados, pesquisas, fontes, falas de especialistas. Também produz grandes reportagens, especiais, investigativas e de denúncia. A revista passa credibilidade e propõe um jornalismo sério, trata os temas com profundidade e compromisso usando a linguagem jornalística; (Ver figuras de 3 a 7). Na perspectiva de Gradim (2000) caracteriza-se por linguagem jornalística:

[...] clara, precisa, concisa, ritmada e com vivacidade [...] o jornalista deve utilizar um vocabulário rico; preciso, mas não rebuscado; e escrever com ritmo, imaginação e originalidade. A simplicidade é, por vezes, de todas as formas, a mais trabalhosa de atingir. (GRADIM, 2000, p. 138-139).

Outra característica imprescindível para o texto jornalístico, que o diferencia de outros estilos, é a apuração dos fatos e a utilização de fontes para legitimar os mesmos, ou para falar de assuntos específicos (em casos de assuntos especializados).

Só pode escrever claro quem tem ideias claras sobre o assunto em causa, e estas obtêm-se procedendo de forma rigorosa à recolha da informação. Para o jornalista, não podem subsistir dúvidas acerca do assunto que está a noticiar. [...] a seleção e o acesso às fontes é de uma importância fundamental para qualquer publicação [...] para produzir trabalhos de qualidade e jornalisticamente relevantes é essencial saber como e que fontes localizar, escolhendo-as criteriosamente em função do trabalho que se tem para realizar. Uma boa fonte deve ser, entre outras coisas, competente e qualificada para se pronunciar acerca do assunto sobre que é convidada falar. (GRADIM, 2000, p. 105 e 138).

**Figura 3**



Fonte: [azmina.com.br](http://azmina.com.br) (2016)

**Figura 4**

 ex-namorado de Rose\* nunca aceitou o fim do relacionamento. Por quase 15 anos, ele fazia de tudo para transformar a vida dela em um inferno, com **ameaças, humilhações em público e até agressões físicas**. O medo era parte da vida dela até que criou coragem, procurou a Delegacia da Mulher (DEAM) da sua cidade, no interior da Paraíba, e prestou queixa contra ele. Os policiais ouviram seu depoimento e a trataram com gentileza e atenção. Ela pediu uma medida protetiva contra o ex, que foi concedida na semana seguinte. Desde então, há quase três anos, Rose vive em paz. “Sempre que fico sabendo de uma história dessa natureza, conto o que já passei e encorajo outras mulheres a irem à delegacia e a reagirem porque, para mim, a Justiça funcionou”, conta.

Como Rose, existem outras **76 mil mulheres que sofreram agressões ou ameaças por parte de parceiros ou ex-parceiros** e buscaram ajuda em 2015 segundo dados da Central de Atendimento à Mulher do Governo Federal. E, para essas mulheres, a **Delegacia da Mulher representa a porta de entrada em uma rede de apoio que a ajuda a sair da situação de violência**. Com equipes majoritariamente femininas, ela tem a função de acolher a mulher de maneira humanitária e não preconceituosa, garantir sua proteção, investigar a denúncia e encaminhar a mulher, dependendo do caso, para o sistema de Justiça, casas abrigo, hospitais, assistentes sociais e outros órgãos que possam dar suporte na quebra do ciclo da violência doméstica. Mas apesar do seu objetivo nobre, nem tudo funciona perfeitamente nelas: **mal atendimento, machismo institucional e falta de estrutura são alguns dos problemas que existem**.

Fonte: [azmina.com.br](http://azmina.com.br) (2016)

Figura 5

A HISTÓRIA DAS DELEGACIAS



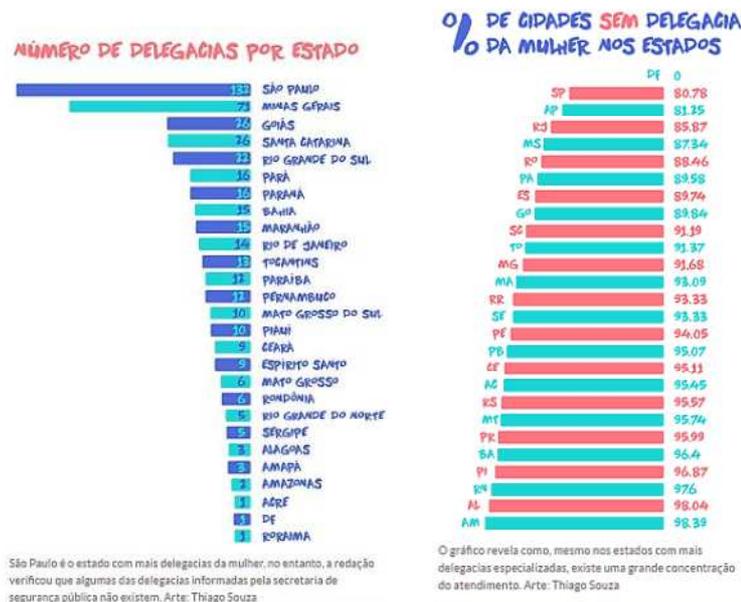
Primeira delegada da mulher, Rosemary Correa. Foto: Helena Bertho

Criadas há 30 anos, as delegacias especializadas para atender mulheres surgiram inicialmente em São Paulo, como resposta ao grande número de reclamações quanto ao atendimento recebido por mulheres nas delegacias comuns. Foi no governo de Sérgio Montoro, quando Michel Temer era secretário de segurança pública do estado, que surgiu a proposta da delegacia, em 1985.

Para elaborar seu projeto, os órgãos públicos trabalharam junto de representantes do movimento feminista. E o resultado foi uma delegacia cuja equipe era composta majoritariamente por mulheres e cujo objetivo era acolher as denúncias de violência e

Fonte: azmina.com.br (2016)

Figuras 6 e 7

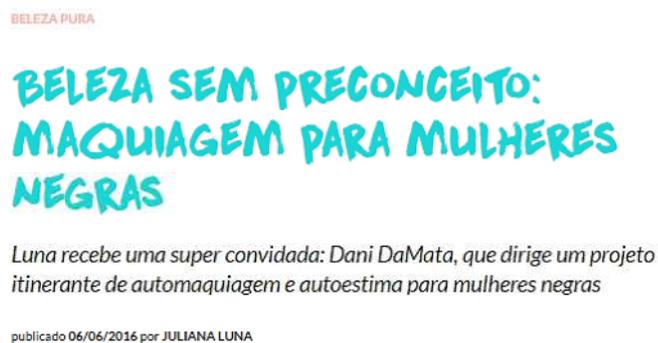


Fonte: azmina.com.br (2016)

O público-alvo da revista é abrangente, não procura atingir somente feministas, mas levar o máximo de informações possível para todas aquelas que se interessarem, e difundir o feminismo de forma simples. Além de possuir o site da revista, AzMina dispõe de outras redes sociais para a divulgação de conteúdo: um canal no Youtube, uma conta no Instagram e uma página no Facebook. O alcance da revista nesses canais, respectivamente, é de 1.070 inscritos, 14,3mil seguidores e 104,529 curtidas.

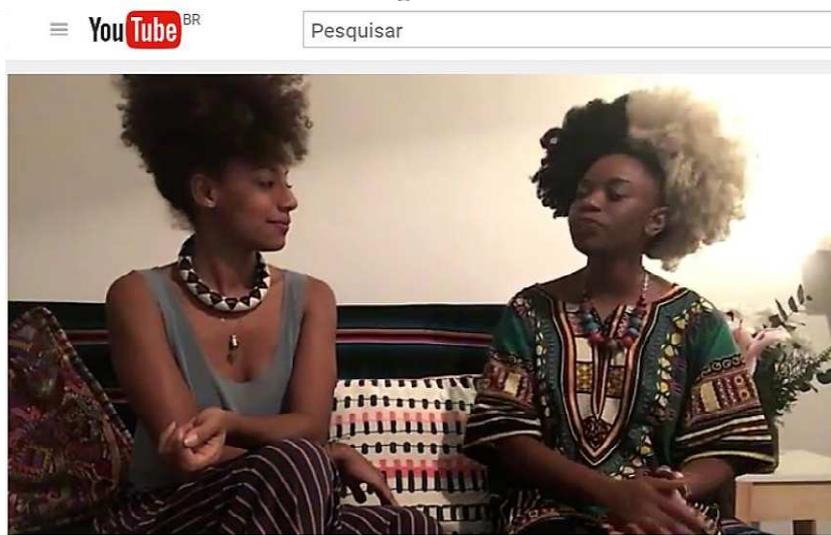
A equipe busca quebrar padrões e desconstruir estereótipos que por muito tempo tem influenciado as mulheres à não se sentirem bem com seus corpos, seus cabelos, sua cor, etc. A coluna *Beleza Pura*, feita em forma de vídeo e apresentada por Juliana Luna, traz convidadas para falar de temas como a importância da autoestima, o empoderamento de mulheres através do autoconhecimento e apreciação da própria beleza, a beleza sem preconceito. (Ver imagens 8, 9 e 10).

**Figura 8**



Fonte: [azmina.com.br](http://azmina.com.br) (2016)

**Figura 9**



Fonte: [azmina.com.br](http://azmina.com.br) (2016)

### Figura 10

Falar de maquiagem para mulheres negras é muito mais do que simplesmente falar de maquiagem. Tem a ver com autoconhecimento e autoestima. Neste papo gostoso, Luna conversa com Dani DaMata, criadora do [Negras do Brasil](#), um projeto itinerante de automaquiagem para mulheres negras. Elas falam sobre como a make pode ajudar as mulheres negras a se conhecer e valorizar a sua beleza.

Com elas, a maquiagem serve para embelezar e não para disfarçar os traços negros. Nada de diminuir o nariz ou evitar o batom vermelho porque ele realça os lábios! O importante é que a mulher que se gosta com a maquiagem, continue se sentindo linda sem ela também. Confira!

Fonte: [azmina.com.br](#) (2016)

A revista também defende que um dos melhores meios para a conscientização é através da educação e do acesso à informação, e discute temas de suma importância que ainda são tabus, como a educação sexual e de gênero e sua importância na construção de indivíduos mais informados e conscientes. (Ver figura 11).

### Figura 11

ANTROPOLOGIA FEMINISTA

VOCÊ SABE DO QUE ESTÁ  
FALANDO QUANDO SE DIZ  
CONTRA A EDUCAÇÃO SEXUAL NAS  
ESCOLAS?

*Seu filho não será um perverso porque aprendeu como se proteger de uma gravidez não planejada ou porque aprendeu que há riscos no sexo sem camisinha.*

publicado 05/09/2016 por DEBORA DINIZ

Fonte: [azmina.com.br](#) (2016)

Assim como outras revistas feministas, representa de certa forma uma revolução no universo das revistas destinadas a mulheres. De forma simples, porém rica, coloca em discussão e dá visibilidade e voz às minorias e suas causas, tomando para si a sua parcela de responsabilidade para a construção de uma sociedade menos desigual e criando espaços para dar vazão ao que precisa ser dito, visto, denunciado, explorado, exposto.

O jornalismo presente na revista AzMina é essencial para uma identificação do seu público em relação àquilo que se lê, se ouve e se vê. A revista mostra o quanto é importante se fazer um jornalismo humanizado, que aborda de forma efetiva, competente e responsável as questões que se propõe a divulgar. A representatividade existente na revista é uma prova de que é possível – e, mais que isso, é necessário – que as pessoas se sintam vistas, pertencentes e verdadeiramente representadas pelo e através do jornalismo.

A importância de periódicos como esse é tremenda para fazer a manutenção da conscientização das pessoas, do combate às violências, aos preconceitos e discriminações que ainda assolam tantas pessoas. Por muito tempo, as revistas femininas serviram como uma forma de manutenção da ordem. Segundo Virginia Woolf, “é muito mais difícil destruir o impalpável do que o real”. Por isso é fundamental que existam meios que deem vez a mulheres reais, que querem ser vistas e retratadas como tais. Isso evidencia a importância da existência de veículos como a Revista AzMina, pois ela traz consigo a mudança e a ruptura de um sistema que tem sido exaustivamente imposto ao longo dos anos. É imprescindível levantar discussões e dar visibilidade a iniciativas como essa, pela sua importância e relevância social e histórica.

### **Considerações finais**

Conclui-se que é nítida a diferença existente entre o jornalismo para mulheres, aquele que as entende, prioritariamente, enquanto mercado consumidor; e o jornalismo feminista, que pode ser classificado como sendo aquele que prega e busca a equidade entre gêneros, colocando em pauta assuntos que realmente importam e fazem diferença para a vida das mulheres enquanto indivíduos sociais, que lutam por seus direitos e espaços dentro de uma sociedade que ainda se preserva extremamente sexista e excludente. Esse tipo de jornalismo não é benéfico somente para mulheres, mas para a sociedade como um todo, tendo em vista a

sua preocupação em educar e informar para desconstruir preconceitos e discriminações de várias faces.

Há ainda, entretanto, uma escassez de publicações que adotem essa perspectiva em sua abordagem. É perceptível que a falta de espaços para mulheres gera a perpetuação de um jornalismo machista, que acaba por se fazer presente, inclusive, no jornalismo feito por mulheres e para mulheres, criando um padrão de conteúdo excludente, discriminatório e superficial. AzMina é um exemplo de periódico com a proposta feminista, pois almeja oportunizar espaços, tanto para mulheres jornalistas como para as leitoras, produzindo conteúdo relevante e dando representatividade.

Na atualidade podemos observar, também, outros títulos, como por exemplo Capitolina, Escreva Lola Escreva, Think Olga, Blogueiras Feministas, entre outros; no entanto, tratam-se de material com características tanto de revista como de blog. É fato que em tempos de jornalismo convergente e multimidiático se faz necessário considerar e mesmo louvar tais propostas inovadoras, no entanto, ao atentar e ter como propósito falar sobre jornalismo de Revista, é AzMina que se propõe e cumpre tal papel neste formato periódico em plataforma online pois apresenta delimitações claras de linha editorial, definição de público alvo, foco no leitor, periodicidade, linguagem e abordagem jornalística.

O trabalho que é desenvolvido por AzMina representa uma transição, ainda que lenta, no jornalismo e na esfera social. Nós vivemos um momento em que as pessoas querem e precisam se sentir representadas, e a sociedade, cada dia mais, demanda a urgente produção de um jornalismo mais acolhedor e humano, que esteja atento e sensível para discutir essas questões e trazer visibilidade a elas.

O presente artigo buscou apresentar um olhar, um recorte, que apesar de atento e metódico, evidentemente apresenta suas lacunas, e, por conseguinte, se concretiza na condição e anseio de continuidade enquanto proposta de estudo e investigação.

## **ABSTRACT**

This article suggests a debate about the journalism inside the feminist optic and its features and differences from the traditional written media for women. First, it was essential to discuss about the journey of the journalism for women, as well a brief historic of magazines for this target public and its nuances of temporality and representation. The theoretical suppositions that support notions of magazine's journalism and feminism clarify the transformations suffered by both of them, the points where they meet and how this relation occurs nowadays. In this regard, contributed authors such as Buitoni (1990), Scalzo (2003) and Pinto (2010). The object of analysis is the digital magazine AzMina, here studied from concepts that characterize the journalistic language and approach, as well as the feminist journalism. For doing so, a descriptive and exploratory research was done. As result, we can highlight the

importance of this way of journalism making and the positive impact caused by AzMina since its first issue, also its crucial contribution for women's empowerment and representativeness for women throughout journalism.

**Keywords:** Magazine's Journalism. Feminism. Empowerment.

### **Referências Bibliográficas**

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jackeline. **O que é feminismo**. 8 ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

BUITONI, Dulcília Schoeder. **Imprensa feminina**. 2 ed. São Paulo: Editora Ática, 1990.

BUITONI, Dulcília Schoeder. **Mulher de Papel**. São Paulo: Edições Loyola, 1981.

BUITONI, Dulcília Schoeder. **Revista e segmentação: dividir para agrupar**. – A revista e seu jornalismo. Porto Alegre: Penso Editora Ltda. 2013.

CABRAL, Eugênia Melo. **Primeiras Histórias – O surgimento das imprensas feminina e feminista no Brasil**. 2008. Disponível em <[www.bocc.ubi.pt/html/codautor-1579.html](http://www.bocc.ubi.pt/html/codautor-1579.html)>. Acesso: <15/12/16>.

COSTA, Carlos. **Revistas femininas do século XIX: os primeiros passos**. São Paulo: Revista Comunicare nº 14 – Dossiê Feminismo, Faculdade Cásper Líbero, 2014.

CUNHA, Ana Paula da; SOUZA, Caroline Melo de. 2012. **O feminismo no jornalismo brasileiro: o caso Carmen da Silva**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Ouro Preto – MG, 2012. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2012/resumos/R33-1869-1.pdf>>. Acesso: <21/12/2016>.

FARRELL, Amy Erdman. **A Ms. Magazine e a promessa do feminismo popular**. São Paulo: Barracuda, 2004.

FRANÇA, Renné Oliveira. **Revista e referentes: a pensata na construção do mundo de cada publicação – A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso Editora Ltda. 2013.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. (orgs). **Métodos de pesquisa.**– Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GRADIM, Anabela. **Manual do Jornalismo.** Universidade da Beira Interior. Covilhã, 2000.

HAHNER, June E. **A Mulher Brasileira e Suas Lutas Sociais e Políticas: 1850- 1937.** São Paulo: Editora Brasiliense. 1981.

KOSHIYAMA, Alice Mitika. **Jornalismo, Editoração e Feminismo: Processos de comunicação e construção da cidadania da mulher.** INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA. 2002. Disponível em: <[http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002\\_Anais/2002\\_NP13KOSHIYAMA.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP13KOSHIYAMA.pdf)>. Acesso: <23/01/2017>.

LAJOLO, Marisa & ZILBERMAN, Regina. **A Formação da Leitura no Brasil.** 3ª edição. São Paulo: Ática, 1999.

LOBATO, Mayara Luma Maia. **A trajetória do feminino na imprensa brasileira: o jornalismo de revista e a mulher do século XX.** 9º Encontro Nacional de História da Mídia UFOP – Ouro Preto – MG. 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-trajetoria-do-feminino-na-imprensa-brasileira-o-jornalismo-de-revista-e-a-mulher-do-seculo-xx>>. Acesso:<07/12/2016>.

MELO, Mônica Santos de Souza. **A representação da mulher em revistas femininas.** Revista Virtual de Estudos da Linguagem – ReVEL. V. 4, n. 6, março de 2006.

PERROT, M. **Minha História das mulheres.** São Paulo, Contexto, 2007.

PINTO, Céli Regina Jardim. **Feminismo, história e poder.** Revista de Sociologia e Política V. 18, Nº 36: 15-23 jun. 2010.

**Publicação digital ‘AzMina’ quer reformular o conceito de revista feminina.** O Globo. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/publicacao-digital-azmina-quer-reformular-conceito-de-revista-feminina-17360634>>. Acesso: <01/03/2017>.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** São Paulo, Editora Contexto, 2003.

SOUSA, C. S. C.. **Gênero e construção de identidade de mulheres jornalistas.** 2010. 74 f. Monografia (Graduação em Jornalismo). Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Faculdade 7 de Setembro, Fortaleza, 2010.

TAVARES, Frederico de Mello B.; SCHWAAB, Reges. (orgs). **A revista e seu jornalismo.** Porto Alegre, Penso Editora Ltda. 2013.

TELES, Amelinha; LEITE, Rosalina Santa Cruz. **Da guerrilha à imprensa feminista: a construção do feminismo pós-luta armada no Brasil (1975-1980)**. São Paulo: Editora Intermeios, 2013.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.