

UNESP – UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
DCSO – Departamento de Comunicação Social
FAAC – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação
Comunicação Social: Jornalismo

CAROLINE BRAGA DE LIMA

SUPLEMENTO “AMAZONA”

Bauru
2016

CAROLINE BRAGA DE LIMA

SUPLEMENTO “AMAZONA”

Memorial de Projeto Experimental apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação do Departamento de Comunicação Social, da UNESP – Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo.

Orientador do Projeto Experimental:
Profº. Drº Juarez de Paula Xavier

Bauru
2016

CAROLINE BRAGA DE LIMA

SUPLEMENTO “AMAZONA”

Memorial de Projeto Experimental apresentado em cumprimento parcial às exigências do Curso de Jornalismo da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Julio de Mesquita Filho”, para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo.

Bauru, ____/____/____

M^a Juliana Gobbi Betti
Membro da Banca Examinadora

Prof^a. M^a. Marcela Pastana
Membro da Banca Examinadora

Pro^o. Dr. Juarez Tadeu da Silva Xavier
Orientador e presidente da Banca Examinadora

À todas as mulheres feministas cujas superações,
aprendizados e conquistas me inspiram a cada
dia, pois é preciso coragem para entrar nessa luta
A minha avó e mãe, meus maiores exemplos de
força e superação.
À memória de minha bisavó Olímpia, sem a qual
uma família de mulheres fortes jamais seria
possível

AGRADECIMENTOS

Se hoje escrevo sobre mulheres e suas lutas é porque cresci cercada de lutadoras. Agradeço à minha bisavó Olímpia por ter vencido nessa vida analfabeta, sem marido e com seis filhos em uma época em que mulheres não podiam ao menos votar. Seu punho firme iniciou essa família e sua garra me mostrou que nada é impossível.

Vovó Eurides, a mulher mais forte que conheci. Obrigada pelos sacrifícios e por nunca ter perdido o sorriso. Obrigada pelo amor incondicional, pelo macarrão no domingo, pelos mingaus de chocolate e pelos beijos estalados. Te amo inteiramente.

Mamy, por me dar força quando não tive e me consolar quando a força não foi suficiente. Obrigada pelo carinho, por sempre estar presente e me aceitar exatamente como sou. Obrigada por ter opiniões e me ensinar a tê-las também. Sua força e determinação não param de me inspirar e surpreender. Você diz que se enxerga em mim e que vê em minha formação universitária a oportunidade que não teve. Esse trabalho e o diploma também são seus, pois ficar tão longe de casa não teria sido possível sem a certeza de que seus braços estariam abertos na minha volta. Te amo e admiro mais do que consigo expressar com palavras.

Pai, pela amizade, companheirismo e amor incondicional. Não tenho palavras para te agradecer por tudo. Te amo aqui, na Oceania e até no Paraguai. Ao Juan e à Rulya, os irmãos que não tive. Obrigada pela eterna companhia. Obrigada por apoiarem meus estudos e leituras e por me amarem como a irmã caçula que não sou.

Aos meus amigos, os do presente e do passado, os de perto e os de longe. Em especial, aos amigos da graduação que participaram dessa experiência que foi graduar-se em jornalismo na Unesp. Obrigada pelas risadas, pelo companheirismo, por fazerem greves divertidas e por me fazerem sentir acolhida tão longe de casa. Um agradecimento mais especial ainda à Lígia, Marina, Jonas, Ihanna e William. Me considero muito sortuda por ter encontrado vocês. Obrigada pela amizade, pelas risadas, pelas conversas nas madrugadas e por todo o restante. Com vocês tenho certeza que esses quatro anos e dois meses foram os melhores que poderiam ser. E ainda um agradecimento especial ao Bill, pela paciência e dedicação na diagramação desse suplemento. Obrigada por fazer a *amazona* tão linda.

À Jéssica, que no dia de protocolar esse trabalho fez questão de mandar uma mensagem à meia noite me desejando boa sorte. Obrigada por uma amizade que só se fortaleceu com quatrocentos quilômetros de distância. Obrigada pelos abraços – e promessas de – e por sempre acreditar em mim, mesmo quando eu não tenho tanta certeza.

Obrigada aos professores de minha formação e especialização, pois foi na escola que começou meu amor pelas palavras. Obrigada por incentivarem a leitura, por me apresentarem Aldous Huxley e Fernando Pessoa e por encorajarem minhas idas à biblioteca.

Ao professor Juarez pela orientação na realização desse trabalho. Por me fazer acreditar que era muito simples e possível. Obrigada por reuniões das quais eu saía muito mais tranquila do que entrava.

E obrigada às mulheres feministas que lutaram e lutam por uma sociedade igualitária, sem discriminação de gênero. Obrigada pela coragem. Obrigada por oferecerem seus nomes, rostos, palavras – como as entrevistadas desse trabalho – e por vezes vidas à uma causa que beneficia a todos.

É preciso ter coragem para ser mulher nesse mundo. Para viver como uma. Para escrever sobre elas.

ThinkOlga.com

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	8
1.1 Objetivos	9
1.1 Justificativa	9
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	11
2.1 Jornalismo especializado	11
2.2 Feminismo e ciberfeminismo	13
3 SUPLEMENTO AMAZONA	15
3.1 Para quem?	15
3.2 Como é?	15
3.3 Como foi feito?	16
3.4 Atividades desenvolvidas	17
3.4.1 Temas e reportagens	17
3.4.2 Fontes e entrevistadas	19
3.4.3 Custos do projeto	20
3.4.4 Equipamentos utilizados	20
4 COMENTÁRIOS	21
4.1 Mudanças ocorridas	21
4.2 Considerações finais	21
APÊNDICES	23
ANEXOS	32
REFERÊNCIAS	34

A série de reportagens produzidas como Trabalho de Conclusão de Curso pode ser acessada no seguinte link:

<http://www.youblisher.com/p/1308532-suplemento-amazona/>

1. INTRODUÇÃO

Amazona é um suplemento online que trata de temas feministas, em especial o ciberfeminismo, idealizado para acompanhar a revista mensal *piauí*. Feminismo diz respeito ao movimento político e social protagonizado por mulheres que defende a igualdade de direitos entre os gêneros. O ciberfeminismo, por sua vez, diz respeito à militância feminista realizada em redes virtuais. O tema foi escolhido devido ao interesse e envolvimento da autora – feminista e membro de um coletivo feminista – e também por seu potencial comercial, pois sites, blogs e iniciativas feministas em redes sociais tem-se mostrado bastante monetizáveis.

O potencial da militância online é muito grande, uma vez que a sociedade brasileira encontra-se mais conectada do que nunca. De acordo com a Pesquisa de Mídia Brasileira, encomendada pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Secom) em 2015, 48% dos brasileiros utilizam a internet. Tomando a estimativa populacional de julho de 2015 feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) - 204.450.695 habitantes -, essa porcentagem corresponde à mais de 98 milhões de brasileiros conectados à rede mundial de computadores.

A mesma pesquisa apontou que, entre esses usuários, somente 6% não utilizam redes sociais. 83% preferem o *Facebook* enquanto que 58% e 17% utilizam, respectivamente, o *Whatsapp* e o *Youtube*. A internet mostra-se, dessa maneira, um ambiente muito propício para a propagação de grupos de discussões e para organizações de movimentos sociais.

O ano de 2015 trouxe vários exemplos desse potencial. Ocorreu forte aderência à mobilizações feministas realizadas no *Twitter* através da *#MeuPrimeiroAssedio* e *#MeuAmigoSecreto*. Houve a popularização de canais no *Youtube* que discutem diversas formas preconceito, dentre elas homofobia, machismo, transfobia e gordofobia, como o “Canal das Bee” e o “Gorda de Boa”. Em 2015, a internet foi um dos principais palcos de discussão acerca de feminismo, do direito da mulher e do fim da violência relacionada a gênero.

O suplemento *amazona* trata algumas das principais vertentes dessa militância feminista online. Foram produzidas matérias longas - entre 5 e 13 mil caracteres - a fim de explorar diversos vieses do tema, segundo uma perspectiva de jornalismo especializado. O resultado final foi diagramado em formato de um

suplemento para revista e publicado online no endereço <http://www.youblisher.com/p/1308532-suplemento-amazona/>.

1.2 Objetivos

O objetivo principal desse produto foi compreender as técnicas jornalísticas de produção de reportagens a partir da confecção de um suplemento temático. O produto teve seu projeto-gráfico editorial baseado no da revista mensal *piauí*, uma vez que procurou-se produzir textos de fôlego e análise, tal qual a revista.

Através de reportagens especializadas, setORIZADAS e extensas – aos moldes da revista *piauí* – o projeto permite discutir algumas das diversas vertentes feministas que realizam militância na internet. Além disso, ao discutir o motivo dessas militâncias serem realizadas em meio online, o suplemento apresenta o potencial da internet em atuar como veículo de mobilização social.

1.3 Justificativa

A militância feminista teve início no século XIX, mas a luta organizada de mulheres pela ampliação de seus direitos permanece relevante até os dias de hoje. Parte dessa relevância dá-se pelo fato de que mesmo no século XXI existem fortes disparidades entre os direitos de homens e mulheres.

Pesquisa divulgada pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) em 2015 aponta que existe grande desigualdade de salários entre os gêneros. A partir da coleta de dados em 18 países, os Banco apresentou que os homens ganham mais que as mulheres em todos os níveis de instrução, faixa de idade e tipo de emprego. No Brasil, essa diferença chega a 30%. Também no ano de 2015, foi divulgado o Mapa da Violência, com informações específicas sobre homicídios cometidos contra mulheres. De acordo com os dados, entre 2003 e 2013 houve um aumento de 21% no número de mortes femininas; de 3.937 mortes em 2003 chegou a 4.762 em 2013.

Dessa maneira, o feminismo foi escolhido como tema desse suplemento a fim de explorar a necessidade e a relevância que o movimento continua a apresentar na sociedade contemporânea, dada as disparidades exemplificadas nos dados. Foi escolhido, também, explorar especificamente o meio da militância

online - constituindo, assim, o ciberfeminismo - devido à relevância desse meio para a 3ª onda feminista (iniciada na década de 1990) e ao potencial de mobilização oferecido pela internet.

A proposta do suplemento *amazona* é unir o jornalismo de profundidade produzido pela revista mensal impressa *piauí* com o potencial de penetração e de disseminação do meio online. Pensando no papel social do jornalismo, o suplemento realizado tem a finalidade de aprofundar discussões acerca do tema ciberfeminismo. Devido ao seu viés setorizado, as reportagens tem a oportunidade de tratar as vertentes inseridas na militância online de maneira não superficial e, desse modo, levantar questionamentos e quebrar pré concepções acerca do feminismo.

Com a discussão aprofundada do tema, portanto, o trabalho pretende evidenciar a relevância da militância feminista nos dias atuais e explorar as possibilidades de mobilização social oferecidas pela internet. Além disso, o suplemento visa mostrar que o feminismo não é um movimento que prega a segregação e o ódio, mas, sim, uma militância necessária em uma sociedade díspare, na qual mulheres ainda sofrem com o preconceito e as restrições de seus direitos.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Martino (2002) aborda a comunicação enquanto uma disciplina ampla e que tem condições de dialogar com diversas outras disciplinas. A interdisciplinaridade da comunicação é assim abordada por Martino (2002):

“Ora, o processo comunicativo é, e sempre será, um processo essencialmente psicológico, sociológico, político [...] a natureza interdisciplinar dos estudos de comunicação deve ser interpretada como o concurso de disciplinas independentes (Sociologia, Psicologia, Linguística...), que guardam seus interesses específicos [...] (MARTINO, 2002, p. 35-36)

Não foram citadas pelo autor, no entanto, é possível inserir a Política e a História como disciplinas independentes que estão intrinsecamente relacionadas com o jornalismo e com a comunicação. A produção jornalística setorializada que trata de feminismo - um movimento social que abrange sociologia, história e política -, portanto, tem grande potencial jornalístico e social.

Traquina (2002) escreve sobre as teorias construcionistas, segundo as quais a notícia é ativa na construção da realidade e não somente um relato ou “espelho” da realidade já existente. Para os construcionistas, a notícia é resultado de um intenso processo de interação entre jornalista e sociedade, refutando que o profissional apenas observa a realidade para então transcrevê-la em forma de notícia. (TRAQUINA, 2002). Dando ênfase no aspecto subjetivo da produção jornalística, essa teoria possibilita observar o papel ativo que o jornalista exerce na produção de seu texto. Na imersão do assunto, na apuração da reportagem e na redação de reportagens especializadas, o jornalista exerce forte potencial de influência na sociedade que está retratando.

2.1 Jornalismo especializado

O jornalismo especializado foi escolhido devido à sua capacidade de abordar temas com imersão, característica necessária na produção de um suplemento temático. O feminismo e até mesmo casos de militância online são abordados na mídia, mas comumente de maneira generalista e sem aprofundamento. Seguindo o modelo de veículos históricos que trataram especificamente da situação da mulher, como a *Ms Magazine* de 1970 e a

Mulheres de 1980, a realização do suplemento *amazona* visa preencher a lacuna entre produção especializada e feminismo.

Elena Castilla (2004), explana que emissores especializados devem reunir quatro fatores, essenciais para transmitir a mensagem: habilidade de comunicação, atitude, nível de conhecimento e posição dentro do sistema a que pertence. Para a autora, é preciso imergir em um tema para falar dele de modo especializado. A escolha pelo tema ciberfeminismo deu-se por uma preferência pessoal da autora, que acompanha blogs feministas, faz parte do grupo de discussão do Coletivo Chute no *Facebook* e frequenta o coletivo feminista da universidade. Existe, portanto um estreitamento entre autora e objeto.

Optou-se pela produção exclusiva de reportagens, uma vez que esse gênero jornalístico é o que melhor propicia ao repórter a chance de apurar uma pauta e tratar de maneira especializada um tema. Sobre o trabalho do repórter, escrevem Sodré e Ferrari (1989):

O repórter é aquele ‘que está presente’, servindo de ponte (e, portanto, diminuindo a distância) entre o leitor e o acontecimento. Mesmo não sendo feita em 1ª pessoa, a narrativa deverá carregar em seu discurso um tom impressionista que favoreça essa aproximação. Ao lado disso, os fatos – e as referências a que estão ligados – serão relatados com precisão, garantindo mais ainda, a verossimilhança (SODRÉ; FERRARI, 1986, p. 15)

Nilson Lage (2003), afirma que o computador chegou para modificar o modo como era praticado o jornalismo até então. De acordo com o autor, a revolução cibernética “baixou custos na indústria jornalística, viabilizando expansão notável de informação especializada, quer pelo assunto, quer pelo perfil do leitor, quer pela intenção política” (LAGE, 2003, p. 155). Para o autor, a reportagem assistida por computador (RAC) é uma forte aliada do jornalismo não generalista, especializado e uma útil ferramenta na produção de informações destinadas ao interesse do público. Assim o autor define RAC:

No processo de apuração do suplemento *amazona* julgou-se interessante o uso da RAC. O tema tratado foi ciberfeminismo e seus viéses e quase a totalidade de materiais e informações sobre o tema encontravam-se na rede. O uso dessa técnica, desse modo, proporcionou ao trabalho a produção de reportagens mais completas, com informações e fontes das quais a autora não teria acesso sem o uso da RAC.

2.2 Feminismo e ciberfeminismo

O meio online apresenta um baixo custo de produção jornalística – com a possibilidade de conduzir entrevistas à distância e publicar conteúdos em sites gratuitamente –, expressando assim, também, grande potencial de disseminação de conteúdos. Aliada a essa facilidade, houve um recente aumento expressivo de blogs, páginas do *Facebook* e canais do *Youtube* que realizam discussões feministas em todas suas vertentes – como feminismo negro, transfeminismo, feminismo interseccional. Esses canais de comunicação são de grande relevância, uma vez que apresentam atualizações de conteúdo periódicas e públicos fidelizados. Em especial por esse último, incitam o debate e a militância feminista. As diversas vertentes do feminismo são pouco exploradas de maneira especializada e, por esse motivo, um suplemento associado a uma revista de grande penetração e circulação nacional, como é o caso da *piauí*, tem potencial de disseminar o tema para um grande público.

A revista *piauí*, hoje veículo consolidado no mercado brasileiro, foi idealizada pelo documentarista João Moreira Sales e teve sua primeira edição em outubro de 2006. Afiliada ao Instituto Verificador de Circulação (IVC) e à Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER), a revista é editada pela Editora Alvinegra, impressa pela Editora Abril e distribuída pela Dinap, empresa integrante do Grupo Abril. Ênio Vergueiro, diretor comercial da *piauí* em 2006, explica¹ que o Projeto Piauí surgiu de uma ideia de João Moreira em lançar uma revista de grandes reportagens e excelente qualidade editorial, escrita por jornalistas de renome. Segundo Vergueiro, “*piauí* não é uma revista produzida em redação, é criada e desenvolvida por repórteres, pesquisadores e escritores que estão em campo buscando material exclusivo e original”

Ainda que publicado em plataforma online, o suplemento realizado teria a oportunidade de alcançar mulheres que não consomem plataformas online – porém, leitoras da *piauí* – com histórias de militância protagonizadas por mulheres. O recorte de sexo se dá uma vez que a prioridade da discussão feminista é o empoderamento e a incitação de debates com outras mulheres, pois as pautas e temas tratados não fazem parte intrínseca da vivência

¹ Acessado em: http://www.dinap.com.br/site/noticias/conteudo_171042.shtml

masculina. Sobre as relações sociais relacionadas ao sexo, Hirata e Lacorie (2009, p. 67), citadas por Abreu (2011), afirmam:

As condições em que vivem homens e mulheres não são produtos de um destino biológico, mas, sobretudo, construções sociais. Homens e mulheres não são uma coleção – ou duas coleções – de indivíduos biologicamente diferente. Eles formam dois grupos sociais envolvidos numa relação social específica: as relações sociais de sexo (ABREU, 2011 apud HIRATA; LABORIE, 2009, p. 67)

3. SUPLEMENTO AMAZONA

3.1 Para quem?

O suplemento temático *amazona*, devido à sua idealização de ligação com a revista mensal *piauí*, visa atingir, primeiramente, o público alvo dessa revista. João Moreira Salles, editor da revista, em entrevista de 2003 ao site Observatório da Imprensa afirmou que pesquisas de agências de publicidade observaram que os leitores da *piauí* não podiam ser definidos por idade, gênero ou renda. Salles afirmou à época que a maioria dos leitores tinha nível superior e hábito de frequentar livrarias e ler.

A publicação do suplemento em meio online, no entanto, oferece a oportunidade de expansão dessa base leitora. O suplemento estará disponível sem custo a todos com acesso à internet que se interessarem pelo tema. Vale ressaltar que *amazona* trata de ciberfeminismo - um movimento protagonizado por mulheres -, mas não visa proporcionar uma leitura restrita à mulheres. Pensando em tornar o conteúdo acessível ao maior número de pessoas possível, o suplemento conta com um glossário, elaborado de modo a explicar e familiarizar os leitores com expressões e jargões do universo feminista.

3.2 Como é?

Amazona é um suplemento temático publicado em meio digital formado de 26 páginas. Seu conteúdo é composto por um índice, uma sessão com cinco reportagens, três grandes reportagens e um glossário. O nome Amazona foi escolhido por dois motivos: por sua proximidade com a palavra Amazonas - nome de um estado, assim como a revista *piauí* - e, principalmente, pela referência ao mito grego das mulheres guerreiras. Nas lendas, as amazonas são descritas como fortes, desse modo, *amazona* como nome de um suplemento que trata de feminismo remete à força feminina, tanto física quanto emocional, e à resistência que mulheres ativistas fazem frente ao machismo.

As reportagens da sessão “Parada” foram elaboradas com o uso da técnica de reportagem assistida por computador (RAC), enquanto que as demais reportagens, apesar de também utilizarem-se dessa técnica, contaram com fonte primárias. O objetivo de reservar um espaço para uma sessão com reportagens menores foi situar o leitor no processo de formação do feminismo e do

ciberfeminismo, além de apresentar alguns temas relativos à militância online que tiveram repercussão em 2015. Os temas tratados seguem a seguinte ordem: origem do movimento feminista e do ciberfeminismo, viralizações de campanhas feministas na internet, feminismo branco, segmentação do movimento feminista na 3ª onda e feminismo negro. As reportagens apresentam entre 4 e 6 mil caracteres.

As grandes reportagens seguem a ordem: violências contra a mulher no Brasil, perfil do grupo de discussão Chute e transfeminismo. As pesquisas e entrevistas realizadas sobre esses temas evidenciaram uma riqueza de material que poderia ser explorada em textos mais longos. Dessa maneira, as grandes reportagens apresentam entre 7 e 14 mil caracteres.

O glossário foi elaborado a partir de um apanhado de termos próprios à militância feminista utilizados nas matérias. Com o uso de sites de referência e conhecimento pessoal, então, a autora compôs definições que tem como objetivo auxiliar o leitor não inserido na militância a apreender o máximo possível das reportagens. Tanta na sessão quanto nas grandes reportagens, os blocos de textos foram intercalados com charges, a fim de facilitar a leitura e torná-la menos cansativa.

3.3 Como foi feito?

O suplemento temático *Amazona* foi diagramado com base no projeto gráfico editorial da revista *piauí*, de modo voluntário pelo graduando em Jornalismo, William Orima. Todo o suplemento apresenta fontes em cor preta, charges e ilustrações coloridas em fundo branco. Assim como o nome *piauí* - sempre grafado em letras minúsculas a fim de diferenciar o título da publicação do estado brasileiro -, optou-se por grafar o nome do suplemento com letras minúsculas: *amazona*. O fonte escolhida para grafar o nome foi Cuprum, em caixa baixa e negrito.

A capa é ilustrada por uma foto, obtida no site pixabay.com e em domínio público. A diagramação de chamadas na capa foi feita de maneira similar ao utilizado pela revista: com a matéria principal - em geral a mais longa - ao lado direito e as chamadas das demais matérias no canto inferior esquerdo. O índice foi elaborado também tendo como base o índice da revista: o número da página referente à reportagem é apresentado seguido de uma pequena descrição do

tema. Ao fundo, foi utilizado o símbolo da militância feminista, um punho cerrado no interior do símbolo que representa o feminino.

A revista *piauí* não apresenta editorial e, por isso, foi decidido não produzir um para o suplemento. A fim de apresentar uma breve apresentação do tema tratado foram utilizadas definições dos termos “feminismo” e “ciberfeminismo”, diagramados à maneira de verbetes de dicionários. A seção, as reportagens e o glossário sempre iniciam em páginas duplas, a fim de dar destaque à colocação dos títulos e linhas finas - à esquerda e com valorização do branco. Os títulos estão grafados com fonte Cuprum, caixa alta e regular, já as linhas finas, em fonte Gravity, light e regular. A mesma é utilizada na numeração das páginas.

As páginas de reportagens são carregadas de texto, algumas vezes não apresentando recursos gráficos, apenas blocos de texto. Essa escolha também segue o modelo editorial e gráfico da revista *piauí*, uma publicação que valoriza textos longos. As charges utilizadas são de autoria de Carolina Ito e encontram-se publicadas no site salsichaemconserva.wordpress.com. Tiveram seu uso autorizado pela autora mediante a colocação de crédito, presentes no expediente e na lateral das charges. A fonte utilizada para o corpo do texto foi Paladino Linotype, regular e itálico em corpo 12.

Apesar de baseada no projeto gráfico da *piauí*, a diagramação do suplemento apresenta alguns recursos estilísticos e gráficos que contribuem para sua própria identidade visual, diferenciando-o da revista. A fim de que todas as reportagens tivessem início em páginas duplas, com títulos à esquerda, foi necessário a inserção de páginas de respiro. A fim de torná-las agradáveis esteticamente, essas páginas foram preenchidas com fotografias de padrões, como tijolos, janelas e pedras - todas as imagens encontram-se em domínio público e foram retiradas do site pixabay.com. Foram escolhidas imagens de respiro com padrões simétricos e elementos neutros, com o objetivo de remeterem à resistência, união e sororidade.

3.4 Atividades desenvolvidas

3.4.1 Temas e reportagens

O suplemento traz uma seção com cinco reportagens, três grandes reportagens e um glossário. A ideia inicial era produzir número igual de

reportagens e grandes reportagens: quatro de cada. Foram, inclusive produzidas pautas para essas reportagens, que encontram-se como apêndices desse relatório.

Durante a apuração, porém, foram encontradas dificuldades em conseguir fontes para a grande reportagem sobre feminismo negro, com uma incompatibilidade de agenda entre as entrevistadas em potencial e a data em que o suplemento deveria ser finalizado. Ao mesmo tempo, muitos conteúdos e dados foram encontrados para a produção de uma reportagem sobre violências contra a mulher. Foi decidido, então, produzir uma reportagem de cerca de 5 mil caracteres sobre feminismo negro e inseri-la na seção Parada. Foi decidido também que o tema violência seria tratado em uma grande reportagem, com cerca de 10 mil caracteres. Essa etapa de apuração mostrou que os demais conteúdos não precisariam ser alterados e poderiam ser produzidos seguindo as pautas já produzidas.

Foram realizadas, também, pesquisas documentais sobre feminismo, ciberfeminismo e temas relativos à mulher. Nessa etapa, a utilização do Mapa da Violência de 2015 merece destaque, uma vez que trouxe dados utilizados em diversas etapas da produção do suplemento.

As reportagens especializadas foram produzidas de forma dissertativa e de modo mais literário, aos moldes dos textos da revista *piauí*. Os textos foram longos, também aos moldes da revista - que produz textos com cerca de 10 mil caracteres por página- variando entre 5 e 8 mil caracteres. A reportagem principal chegou a 13 mil caracteres.

Foram utilizadas também técnicas de reportagem assistida por computador (RAC), uma vez que o tema ciberfeminismo tem um grande acervo de conteúdo na própria internet. Devido ao caráter setorizado do produto e ao tema escolhido foram tomadas algumas liberdades textuais, como a utilização da expressão “a membro” no perfil do Coletivo Chute. Foi julgado adequado pela autora, pois a maioria dos membros do grupo e todas as entrevistadas eram mulheres.

Leituras, pesquisas e imersões no tema foram realizadas no final de 2015, entre os meses de outubro e dezembro, nas cidades de Jacareí e Bauru. As entrevistas foram realizadas em dezembro e janeiro, o que dificultou encontrar fontes primárias para todas as reportagens, pois o período corresponde aos feriados de Natal e Ano Novo. A redação e edição das reportagens, bem como a

diagramação do suplemento foi feita no mês de janeiro de 2016. Ambos os processos foram feitos na cidade de Bauru.

3.4.2 Fontes e entrevistadas

Devido ao tema escolhido e ao protagonismo de mulheres na militância feminista, foi decidido que as entrevistadas seriam mulheres. A busca pelas entrevistadas foi feita online, procurando donas de blogs e ativistas com renome no ciberfeminismo. Algumas consultadas não puderam contribuir, mas indicaram outras ativistas que foram contatadas. No caso do perfil do grupo de discussão do Coletivo Chute no *Facebook*, depois de feito contato com moderadora do grupo, foi feito um post pela autora no grupo – do qual faz parte a cerca de um ano – pedindo voluntárias para responder a algumas perguntas sobre experiências com o grupo. As respostas foram rápidas e numerosas.

A pedido das entrevistadas, as entrevistas foram feitas por email ou *Facebook*. As entrevistadas foram:

Entrevistada	Relevância para o tema
Amara Moira	Militante transfeminista, dos direitos LGBTQs e de profissionais do sexo
Beatriz Bagagli	Militante transfeminista
Camila Ximenes	Moderadora do grupo de discussão do Coletivo Chute
Bruna Milaré	Membro do grupo de discussão do Coletivo Chute
Maria Fernanda Machado	Membro do grupo de discussão do Coletivo Chute
Marina Junqueira	Membro do grupo de discussão do Coletivo Chute
Suzana Raposo ²	Membro do grupo de discussão do Coletivo Chute
Ana Gomes	Membro do grupo de discussão do Coletivo Chute

² Alguns nomes foram modificados a pedido das entrevistadas.

Vivian Navarro	Membro do grupo de discussão do Coletivo Chute
----------------	--

Tabela 1. Entrevistadas do suplemento *amazona* e suas respectivas relevâncias para os temas tratados.

3.4.3 Custos do projeto

A bibliografia encontra-se disponível na internet ou na biblioteca da Unesp, as entrevistas foram feitas pela internet, a diagramação feita por William Orima de forma voluntária, as charges cedidas por Carolina Ito e o suplemento está online hospedado por um site gratuito, dessa maneira, o projeto não teve custos.

3.4.4 Equipamentos utilizados

O equipamento utilizado para a realização do trabalho de conclusão de curso é de posse da autora:

- Notebook Samsung
- Celular Samsung Galaxy S5

4 COMENTÁRIOS

4.1 Mudanças ocorridas

O produto final acabou sendo bem diferente do projeto idealizado para o suplemento *amazona*, pois foram encontradas dificuldades de encontrar fontes primárias e realizar entrevistas durante o processo de apuração. Devido a esse fato, foi decidido utilizar técnicas de produção de Reportagens Assistidas por Computador (RAC). Essa técnica possibilitou à autora abordar mais vieses, explorar mais pontos de vista e, assim, produzir reportagens mais completas.

Outra mudança ocorrida no processo de produção foi o meio de divulgação do suplemento. A ideia inicial era produzir um suplemento impresso, com mesmo tamanho, papel e tipologia que a revista *piauí*. Durante a realização das entrevistas, porém, muitas das entrevistadas demonstraram interesse em consumir o produto e, devido a distâncias geográficas, isso não seria possível com um conteúdo impresso. A publicação do suplemento em meio online, portanto, atende uma demanda das entrevistadas, de mulheres inseridas na militância feminista e, portanto, público alvo do *amazona*.

4.2 Considerações finais

O objetivo principal deste trabalho foi a produção de um suplemento temático sobre feminismo, seguindo o projeto gráfico-editorial da revista *Piauí*. Houveram mudanças e adaptações no processo de produção, mas a autora julga que os objetivos foram cumpridos.

O feminismo foi e continua sendo um movimento social de relevância na sociedade. Direito ao voto, criação do anticoncepcional, mulheres frequentando as universidades, são apenas algumas das muitas conquistas do movimento feminista. No entanto as mobilizações sociais feministas são vistas de maneira negativa pela sociedade contemporânea. Parte da falta de conhecimento da sociedade sobre o que de fato é o feminismo – um movimento que busca a igualdade de direitos e não que odeia homens – dá-se pela produção de conteúdo generalista sobre o tema.

Com a proposta de abordar o tema refletindo a sociedade atual foi escolhido ciberfeminismo como tema central do suplemento, a fim de suprir essa lacuna entre produção especializada e militância feminista. A elaboração e produção do presente

trabalho foram enriquecedoras para a autora, uma vez que serviram para entrar em profundo contato com grandes disparidades de gênero presentes na sociedade brasileira: diferença de salários entre homens e mulheres, aumento no número de violências sofridas pelas mulheres, como homicídios, violência doméstica e estupro. A realização do trabalho tornou ainda mais forte a convicção da autora de que o feminismo não só é um movimento social legítimo, mas também extremamente necessário.

A produção e edição de reportagens extensas também foram benéficos para a formação da autora, que, ao longo de toda a realização do suplemento, pôde usar técnicas jornalísticas apreendidas ao longo de todo o curso de graduação. Depois do fechamento deste presente trabalho, a autora julga-se mais apta a produzir, apurar e viabilizar conteúdo jornalístico.

APÊNDICES

1. Planilha de pautas

	O que é feminismo?	Violência contra a mulher
O que	De acordo com significados.com.br, Feminismo "é um movimento político, filosófico e social que defende a igualdade de direitos entre mulheres e homens". Produzir uma matéria dando um breve histórico das lutas feministas pelo mundo, citando as principais conquistas e avanços. Falar das experiências no Brasil.	A violência contra a mulher foi por muito tempo visto como algo aceitável: o agressor estava defendendo sua honra; a criminalização dessa prática no Brasil aconteceu somente em 2006, com a Lei Maria da Penha. Mesmo depois da Lei, porém, denúncias de violências contra mulheres são constantes.
Quem (Dados)	Marcos (datas) importantes na luta feminista. Feministas relevantes para o avanço das causas no Brasil e no mundo.	Dados de violências físicas, casos enquadrados na Lei Maria da Penha, feminicídios, estupros.
Quando	1ª onda: século XIX e início do século XX, 2ª onda: décadas de 1960 e 1970, 3ª onda: década de 1990 até a atualidade.	Dados entre 2010 e 2015 (notar se houve aumento/diminuição dos casos reportados). Tema da redação do ENEM 2015.
Onde (lugar na internet)	Focar nos veículos midiáticos utilizados para exposição das causas em cada uma das ondas. Na 3ª focar no papel da internet.	Repercussão cada vez maior de casos de violência contra mulheres na internet, em especial em redes sociais como o facebook.
Como	Transformação das pautas feministas ao longo das ondas (reivindicações). Foco para como a internet impactou a luta na terceira onda.	Mesmo com legislações específicas e maior ocorrência de denúncias na internet, a violência contra a mulher ainda é normatizada na sociedade.
Porque	Mobilização de um grande número de mulheres em todo o mundo a fim de lutar por causas específicas. No início da luta feminista (sécul XIX) as mulheres não eram socialmente iguais aos homens, hoje no século XXI a situação ainda não é igualitária e a luta precisa continuar, atualmente com o uso da internet.	Atitudes patriarcalistas e machistas na sociedade normatizam a violência contra a mulher, uma vez que colocam o homem como chefe da casa e responsável pela honra e respeitabilidade da mulher - "discurso mulher minha".
Consequências	Na 3ª onda: Ciberfeminismo. Qual a importância da militância na internet? Falar dos principais avanços da causa, das dificuldades da utilização da internet para militar e da setorização do feminismo.	Continuidade da disparidade de gênero, pois em uma democracia todos os cidadãos deveriam ter seus direitos jurídicos garantidos de forma igualitária. Necessidade de leis que abordem diretamente a condição da mulher (Lei Maria da Penha, PL 5069), portanto, mostram uma falha desse sistema democrático. Aumento expressivo de discursos feministas na atualidade e suas manifestações na internet.
Fontes	http://www.cartacapital.com.br/blogs/feminismo-para-que/feminismo-para-leigos-3523.html SCOTT, Joan W. História das Mulheres(1992) SOIHET,Rachel. História das Mulheres(1997) PINTO, Céli Regina Jardim. Uma História do feminismo no Brasil.	Dados do Senado sobre estupro (de 5 de maio de 2015). http://noticias.terra.com.br/mundo/violencia-contra-mulher/ http://www.onumulheres.org.br/areas-tematicas/fim-da-violencia-contra-as-mulheres/ http://www.compromissoeatitude.org.br/dados-nacionais-sobre-violencia-contra-a-mulher/ http://oglobo.globo.com/brasil/tabu-nas-campanhas-eleitorais-aborto-feito-por-850-mil-mulheres-cada-ano-13981968 Dados de 2014: a cada ano 850 mil mulheres realizam abortos
Caracteres	Mais ou menos 4.200 caracteres	Mais ou menos 4.200 caracteres

	Feminismo Branco	Feminismos
O que	Feminismo branco é a denominação à militância feminista que não reconhece interseccionalidade, não contemplando assim questões relativas a raça, gênero ou classe social. Algumas manifestações de caráter feminista que tiveram grande repercussão em 2015 encaixam-se nessa categoria.	Uma das principais características do ciberfeminismo é a setorialização das causas - a internet e, principalmente as redes sociais, são espaços amplos que permitem que nichos de mulheres feministas encontrem-se para discutir pautas específicas.
Quem (Dados)	A maior parte das "feministas brancas" são mulheres brancas e não reconhecem problemáticas de raça, gênero ou classe social pois não têm experiência/vivência com essas opressões.	Exemplos de nichos: Gordofobia, Misoginia nos jogos online.
Quando	"Feminismo branco" ou "white feminism" foi um termo popularizado em 2015, devido à postagens que problematizavam o tema em redes sociais.	Segmentação ocorrida na 3ª onda do feminismo - a partir da década de 1990.
Onde (lugar na internet)	Redes sociais, em especial repercussão de casos no facebook e twitter. Foco para o exemplo da campanha "He for She" iniciada num discurso da ONU feito por Emma	Redes sociais: facebook, twitter, tumblr e canais do youtube
Como	O termo "feminismo branco" não é usado por ativistas para se definirem e, sim, usado por críticos à atos feministas que não reconhecem interseccionalidade. Dessa maneira, o uso do termo tem uma conotação negativa.	Em espaços de discussões do feminismo amplos (grupos de facebook, por exemplo) acaba não havendo tempo ou maioria de mulheres para discutir pautas setorializadas. Dessa maneira, essas mulheres que são minoria em um contexto generalista se organizam em outras plataformas com mulheres que lutam pelas mesmas causas de nicho.
Porque	As mulheres que mais tem acesso à temática feminista, seja por meios acadêmicos ou na própria internet, são em sua maioria mulheres brancas. Essa disparidade cria um nicho na luta feminista online que "prioriza" e/ou dá mais visibilidade à pauta branca em detrimento dos demais recortes.	Uma vez que em espaços maiores as demandas setorializadas são defendidas por minorias, em nichos essas demandas tornam-se pautas principais. A defesa setorializada e específica aumenta a eficácia da militância.
Consequências	Polarização dos discursos feministas. As reivindicações de mulheres brancas são válidas, mas devem ser feitas respeitando seus lugares de fala e respeitando recortes de raça, gênero e classe social.	Abrangência dos discursos feministas. Ao organizarem-se a fim de discutir pautas de nicho, há o entrosamento de mulheres que em outras plataformas de discussão são minorias: sororidade e sensação de pertencimento.
Fontes	Briga no twitter entre Taylor Swift e Nicky Minaj. Clarice Falcão e videoclipe da regravação da música Survivor. Campanha "he for she" iniciada por Emma Watson. https://www.facebook.com/HuffingtonPost/videos/10153272946541130/ https://dearwhitefeminists.wordpress.com/ http://www.geledes.org.br/jout-jout-clarice-e-o-feminismo-branco/	Jéssica Tauane, do canal no youtube "Gorda de Boa": https://www.youtube.com/channel/UCORzZIM_fWAuCFc_TjEv9wg/videos Manifesto da mulher gamer, escrito por Carolina Stary: http://umservidorporvez.tumblr.com/post/44896681261/incont%C3%A1veis-as-madrigalas-insones-nos-gmes-em-que
Caracteres	Mais ou menos 4.200 caracteres	Mais ou menos 4.200 caracteres

2. Pautas ampliadas

FEMINISMO NEGRO	
Caroline Braga	
Resumo Informativo	De acordo com o feminismo negro, o sexismo, a opressão de classe e o racismo são fenômenos intrinsecamente ligados entre si. As formas de feminismo que se esforçam para superar o sexismo e a opressão de classe, mas ignoram o racismo podem discriminar as mulheres através do preconceito racial. Parte dessa premissa a importância do feminismo negro, que reconhece que as posições ocupadas por mulheres negras e brancas na sociedade não é a mesma. As disparidades remetem a injustiças históricas – a mulher branca lutou para entrar no mercado de trabalho, por exemplo, enquanto a mulher negra, muitas vezes obrigada a sustentar a família com renda única, sempre esteve inserida no mercado de trabalho; majoritariamente com baixos salários e com longas jornadas de trabalho.
Fontes de Informação	Blogueiras Negras. Contato: blogueirasnegras.org Aline Ramos – do site <i>Que Nega é Essa?</i> http://quenegaeessa.com/contato/ Facebook: https://www.facebook.com/ramos.alinee?fref=ts Geledés – Site que aborda as lutas específicas das mulheres negras. http://www.geledes.org.br/contato/ Imprensa Feminista . Aline Alves Joaquim – feminista negra interseccional; . Laura Astrolabio - feminista negra interseccional; Lélia Gonzalez – ativista negra homenageada na edição de 2015 do Projeto Memória da Fundação Banco do Brasil. What Happened, Miss Simone? – documentário do Netflix. Fala da trajetória da cantora e ativista Nina Simone, “High Priestess of Soul”
Proposição	Os lugares ocupados na sociedade, bem como as violências sofridas, são distintos entre mulheres brancas e negras.
Recorte	Foco: Casos e números apontam que a violência física e simbólica contra mulheres ainda é muito presente na sociedade atual. Enfoque: Mulheres negras são os maiores alvos dessas violências.
Descrição	Macroambiental: Casos de violência contra a mulher são recorrentes no país. Microambiental: Dentre os altos números de violência contra

	mulheres, as mulheres negras apresentam maiores índices de violência física e simbólica. Ambiental: Luta de mulheres negras à causas setorizadas, relacionadas especificamente à luta feminista. Nanoambiental: Como é a militância feminista negra na internet, suas dificuldades e conquistas.
Recursos	Texto corrido Ilustração

Links úteis:

<http://blogueirasnegras.org/tag/feminismo-negro/>

Revista Fórum – Feminismo Negro: Sobre minorias dentro da minoria

<http://revistaforum.com.br/digital/135/feminismo-negro-sobre-minorias-dentro-da-minoria/>

Carta Capital – Quem tem medo do feminismo negro?

<http://www.cartacapital.com.br/blogs/escritorio-feminista/quem-tem-medo-do-feminismo-negro-1920.html>

Militância Online (Hashtags)	
Caroline Braga	
Resumo Informativo	O feminismo tornou-se um assunto relevante e muito discutido nos últimos anos, devido, inclusive, a capacidade de penetração de suas ações online. Plataformas como facebook, instagram, youtube e twitter permitem que conteúdos feministas sejam disseminados de forma eficaz e gratuita, criando assim alguns conteúdos que viralizam. De acordo com o Dicionário Informal, <i>viralizar</i> é um “termo usual da internet que designa a ação de fazer com que algo se espalhe rapidamente, semelhante ao efeito viral”. Em 2015, o ciberfeminismo foi um assunto muito tratado devido, principalmente, à viralização nas redes sociais. A campanha de hashtags “meu amigo secreto”, merece destaque devido à grande adesão.
Fontes de Informação	
Proposição	Parte da popularização sofrida pela luta feminista online em 2015 deu-se devido à viralizações e hashtags.
Recorte	Foco: O ativismo feminista na internet tornou-se um assunto de destaque nos últimos anos. Enfoque: Em 2015 as hashtags e viralizações contribuíram ainda mais para o destaque do ciberfeminismo.
Descrição	Macroambiental: O ativismo feminista na internet vem ganhando destaque. Microambiental: Boa parte desse ativismo dá-se em redes sociais, pois são eficientes e gratuitas. Ambiental: Ações e campanhas feministas na internet atingem um grande número de pessoas devido à viralizações. Nanoambiental: Hashtags, em especial “meu amigo secreto”, e suas viralizações em 2015.
Recursos	Texto corrido Prints de depoimentos da hashtag “meu amigo secreto” – sem fotos ou nomes a fim de preservar a privacidade das mulheres.

Links úteis:

Sobre ativismo em plataformas digitais:

<https://www.facebook.com/Ativismodesofa/>

COLETIVO CHUTE	
Caroline Braga	
Resumo Informativo	O grupo de facebook “Coletivo Chute” foi feito pelo coletivo feminista de mesmo nome para que discussões das mais diferentes vertentes do feminismo pudessem ocorrer. As moderadoras assim descrevem o que é o grupo: “Neste espaço promovemos e incentivamos o debate online para introduzir e aprofundar temas ligados ao movimento feminista, já que vemos as redes sociais como uma ferramenta capaz de mobilizar pessoas, dividir pensamentos e, principalmente, organizar e direcionar esforços e ações de combate feminista. Além disso, este é um espaço de apoio, e trabalhamos para proteger as membras que estão cadastradas aqui. E por temas ligados ao feminismo, leia-se temas relacionados diretamente a opressão machista sobre a mulher (cis e trans). Também abraçamos a causa LGBT de um modo geral e também gostaríamos que homens trans se sentissem incluídos”. Com mais de 8 mil membros, o Chute apresenta uma grande atividade diária, com diversas postagens e discussões. Produzir um perfil do Coletivo, portanto, e não de uma de suas moderadoras ou de um dos seus membros, dá a possibilidade de abordar a militância feminista online – especialmente pelo facebook – sem personalização da luta.
Fontes de Informação	Camila Ximenes – moderadora do Coletivo Chute Contato: https://www.facebook.com/flipa.schesche Membros do grupo – postar no grupo
Proposição	Um espaço de discussão sobre a militância feminista – em especial um que aceite homens trans – oferece discussões interessantes e plurais sobre as diversas vertentes do feminismo.
Recorte	Foco: Utilizando a internet como meio para realização da militância feminista, o facebook oferece a oportunidade de formação de grupos de discussão. Enfoque: Perfil do Coletivo Chute, a fim de descrever a militância feminista na internet sem personalização.
Descrição	Macroambiental: As injustiças e violências físicas e simbólicas contra mulheres ainda têm lugar de destaque na sociedade contemporânea. Microambiental: Um dos espaços escolhidos para realizar movimentos de resistência à essas violências é a internet. Ambiental: No facebook, grupos de discussão são organizados, possibilitando que a militância feminista seja realizada independente de distâncias físicas. Nanoambiental: Coletivo Chute – grupo de discussão feminista que

	aceita homens trans e tem mais de 8 mil membros (dados de novembro de 2015).
Recursos	Perfil do Coletivo Chute Ilustrações/Caricaturas das moderadoras (com autorização)

TRANSFEMINISMO	
Caroline Braga	
Resumo Informativo	Uma das vertentes feministas mais discutidas na atualidade é a do Transfeminismo, militância feminista relacionada especificamente às questões da transgeneridade. Trans significa “além de”, “através de”; transgênero, portanto, refere-se à condição onde a <u>expressão de gênero</u> e/ou <u>identidade de gênero</u> de uma pessoa é diferente daquelas atribuídas ao gênero designado no nascimento. A discussão a respeito da militância transfeminista é de interessante abordagem porque engloba duas questões polêmicas: 1. Discutir o ativismo de mulheres trans implica na aceitação de que o gênero é uma construção social e não está diretamente ligado ao sexo biológico atribuído no nascimento, o que é rechaçado em alguns setores da sociedade contemporânea; 2. A militância das mulheres trans não é aceita por alguns setores feministas – ditas Feministas Radicais –, pois negam que a identificação como “mulher” seja uma escolha.
Fontes de Informação	Transfeminismo – Feminismo interseccional relacionado às questões trans. (http://transfeminismo.com) Contato: transfeminismotf@transfeminismo.com Hailey Kaas – escreve para o site transfeminismo.com E-mail: hailey.kaas@gmail.com Telefone: +55 11 99161-2964 *Bia Pagliarini – escreve para o site transfeminismo.com Facebook: bia.pagliarinibagagli Amara Moira – uma das fundadoras do coletivo TransTornar (https://www.facebook.com/coletivotranstornar/) da Unicamp e autora do blog “E se eu fosse puta?” Facebook: https://www.facebook.com/amoiramara?fref=ts Travesti reflexiva – página de facebook que milita pelas questões relativas às mulheres trans. Email: contato@identidadedegenero.com.br Stefi Sanjati – mulher trans canadense que está documentando sua transformação por meio de seu canal do youtube. Contato: https://www.youtube.com/user/ThePrinceSane Judith Butler – Sobre Teoria Queer (citar)
Proposição	Discussões de gênero ocupam um lugar de destaque na sociedade atual; mulheres transgêneras também, pois vão contra as definições tradicionais ao afirmar que gênero é uma escolha e não uma

	imposição biológica.
Recorte	Foco: Na mídia contemporânea muito se fala a respeito de gênero e setores da sociedade realizam debates acalorados defendendo duas vertentes: gênero é uma determinação biológica X gênero é uma escolha. Enfoque: Mulheres trans que militam no meio digital defendendo a segunda vertente: a biologia não define o gênero de uma pessoa.
Descrição	Macroambiental: Discussões a respeito de gênero estão muito presentes na contemporaneidade. Microambiental: Mulheres trans vão contra a determinação tradicional de gênero e sofrem até mais violências que mulheres cis. Ambiental: Resistência apresentada por mulheres trans. Nanoambiental: Mulheres trans que militam no meio digital.
Recursos	Texto corrido Ilustrações

Links úteis:

Blogueiras Feministas - Simone de Beauvoir: o que é ser mulher?

<http://blogueirasfeministas.com/2012/01/beauvoir-o-que-e-ser-mulher/>

Revista Fórum – Vamos falar de transfeminismo?

<http://www.revistaforum.com.br/osentendidos/2015/02/22/vamos-falar-de-transfeminismo/>

Feminismo Trans

<https://feminismotrans.wordpress.com/>

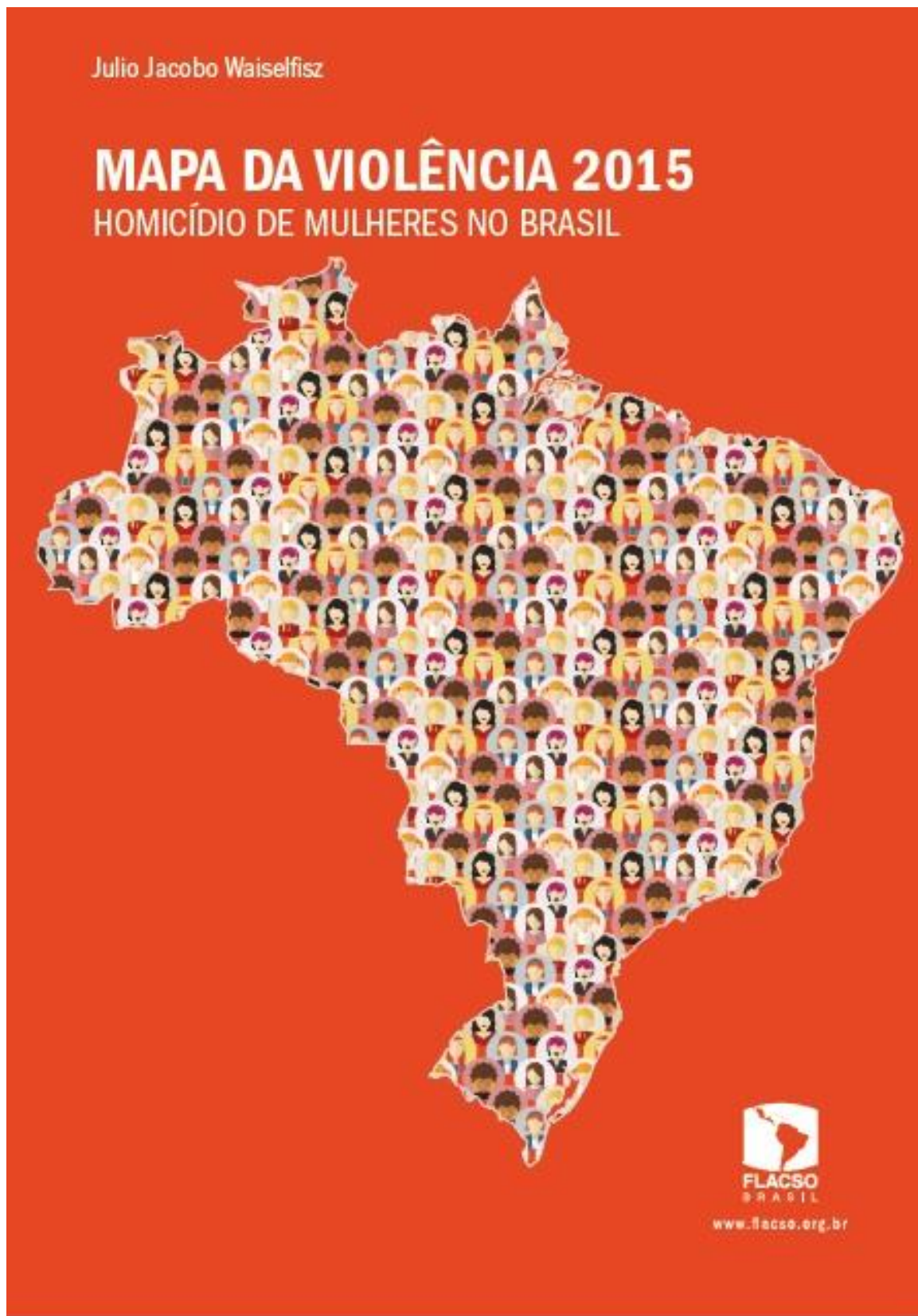
(abordagem um pouco mais radical segundo a ótima trans)

Blogueiras Feministas - Transfeminismo é a ideia radical de que mulheres trans* são mulheres

<http://blogueirasfeministas.com/2014/05/transfeminismo-e-a-ideia-radical-de-que-mulheres-trans-sao-mulheres/>

ANEXOS

1. Mapa da Violência 2015



2. Pesquisa Brasileiro de Mídia 2015

SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

PESQUISA BRASILEIRA DE MÍDIA

2015

HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA
PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA

REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. Disponível em:

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahyanajornalismoespecializado.pdf>

ABREU, Maira. Dicionário Crítico do Feminismo. **Cadernos Pagu** (36), Campinas-SP, p. 405-415, 2011.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis; Vozes, 2009.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jaqueline. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Formato**. Porto Alegre: Bookman, 2009a. _____ . **Impressão e acabamento**. Porto Alegre: Bookman, 2009b.

AZUBEL, Larissa Lauffer. Figuras de linguagem no jornalismo de revista: uma análise das formas retóricas em reportagem. **Verso e Reverso** (65), Porto Alegre-RS, p. 92-101, 2013.

BUITONI, Dulcília Helena Schoeder. **Imprensa Feminina**. São Paulo: Ática, 1990.

BUTLER, Judith. **Gender trouble: feminism and the subversion of identity**. Nova York: Routledge, 1990.

CASTILLA, E. B. Emisores de mensajes informativos: características, tipología y comportamiento de las fuentes especializadas. In: FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. (Coord.). **Periodismo especializado**. Barcelona: Ariel, 2004. p. 99 – 121.

TAVARES, Frederico de Melo. B; SCHWAAB, Reges. **A revista e seu jornalismo**. Porto Alegre: Penso, 2013.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **Teoria e técnica do texto jornalístico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

MARTINO, L. C. Interdisciplinaridade e objeto estudo da comunicação. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L. C.; FRANÇA, V. V. (Org.) **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001.

MEDINA, Cremilda. **A arte de tecer o presente: narrativa e cotidiano**. São Paulo:

Summus Editorial, 2003.

SAMARA, Timothy. **Elementos do design**: guia de estilo gráfico. Porto Alegre: Bookman, 2010.

_____. **Guia de design editorial**: manual prático para o design de publicações. Porto Alegre: Bookman, 2011.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de revista**. São Paulo: Contexto, 2004.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. **Técnica de Reportagem**: notas sobre a narrativa jornalística. São Paulo: Summus, 1986.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**, porque as notícias são como são. V.1. 2. ed. Florianópolis: Insular. 2005.

VILAS BOAS, Sérgio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

_____. **Perfis e como escrevê-los**. São Paulo: Summus, 2003.