



IMPrensa FEMINISTA NA INTERNET: QUEM E SOBRE O QUE FALAM

Carolina Busolin Carettin²² – Universidade Estadual de Campinas

Resumo:

As mudanças tecnológicas têm a capacidade de promover alterações em esferas da sociedade, ao mesmo tempo em que são moldadas por ela. Essas transformações acontecem, inclusive, nos movimentos sociais e na imprensa. O feminismo, nos últimos anos, utilizou e ajudou a construir tais tecnologias para se organizar nas redes sociais digitais e também no espaço físico. Este artigo traz parte de uma pesquisa de mestrado que analisa os sites Lado M e AzMina, criados em 2014 e 2015, respectivamente, um momento de efervescência do movimento feminista no Brasil que ficou conhecido como Primavera das Mulheres. Trago parte dos resultados quantitativos e qualitativos da pesquisa que foi feita com as autoras que publicaram nos veículos no segundo semestre de 2018. Faço uma breve análise, a partir da metodologia dos estudos de casos múltiplos, a fim de refletir sobre a produção jornalística feminista na internet, pensando em como ela se relaciona à organização do feminismo enquanto movimento social.

Palavras-chave: Jornalismo. Feminismo. Imprensa Feminista. Lado M. AzMina.

Abstract:

How technological changes have the ability to promote changes in the sphere of society while being shaped by it. These transformations happen, inclusively, in social movements and in the press. Digital feminism and in recent years, used and also to build such technologies to organize social networks and in physical space. This article presents part of a master's research that analyzes the websites Lado M and AzMina, created in 2014 and 2015, respectively, a moment of effervescence of the feminist movement in Brazil which became known as the Women's Spring. I bring part of the preliminary and qualitative results of the research that was carried out with those published in the semester of 2018. I make a brief analysis, based on the methodology of multiple studies, in order to reflect on the production feminist journalism on the internet, thinking about how it relates to the organization of feminism as a social movement.

Keywords: Journalism. Feminism. Feminist Press. Lado M. AzMina.

1. Introdução

Costuma-se falar no movimento feminista como ondas, que vem e vão, desaparecem para depois voltarem mais fortes (DUARTE, 2017, p. 27), ou em gerações (REGGER, 2014). Este artigo traz dois veículos de imprensa feminista que surgiram na chamada “quarta onda do feminismo”, que teria começado em 2015 com a Primavera das Mulheres. Nesse momento, as feministas se organizaram contra tentativas do então presidente da Câmara dos Deputados, Eduardo Cunha, de passar projetos que iam contra os direitos das mulheres, como o PL5069/13 que dificultava o acesso ao aborto para mulheres que foram estupradas, o que é legal no Brasil. Os dois sites, o Lado M e a revista AzMina, surgiram em meio a esse levante feminista, em

²² Jornalista, mestre pelo Programa de Mestrado em Divulgação Científica e Cultural do Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e integrante do Laboratório de Estudos Socioantropológicos sobre Tecnologias da Vida (Labirinto).



setembro de 2016, a fim de aumentar meu portfólio. Por isso, também me situo na pesquisa como autora do site, que publicou no segundo semestre de 2018, o período analisado. Foi a partir da minha colaboração com o site que surgiram algumas questões que pretendo responder na minha pesquisa: quem produz conteúdo jornalístico feminista na internet? Sobre o que essas pessoas estão falando?

Tais questões são importantes para entender esses veículos capazes de construir diferentes leituras, a partir da perspectiva de gênero, “afirmadas nas escolhas que envolvem o processo de produção, como as questões dos valores-notícia, as subjetividades e o próprio fazer jornalístico” (SCHANDER; BERTASSO, 2019, p. 41).

O período escolhido, segundo semestre de 2018, é um marco para o movimento feminista e social no Brasil. Seguindo uma onda global de manifestações que eram organizadas nas redes sociais e depois ganhavam as ruas (CASTELLS, 2017, p. 177), a partir de 2013 o Brasil teve diversas manifestações, com pautas e reivindicações diversas. Nesse contexto, cresceu o antipetismo — a aversão por qualquer candidato que fosse do Partido dos Trabalhadores (PT), que esteve à frente do governo federal entre 2003 e 2016, ou a qualquer pessoa que o apoiasse.

O contexto social para a eleição de 2018 era um país completamente dividido, descrente, que não confiava nas instituições públicas e buscava um outsider, alguém de fora do mundo político. Mesmo com 27 anos de Câmara dos Deputados²³, Jair Messias Bolsonaro acabou se capitalizando como essa figura. O movimento feminista, que já vinha se organizando, em 2018, se uniu a outros movimentos sociais — LGBTQIA+, negro, indígena, de partidos políticos e sindicais - na campanha #EleNão, que mostrava porque, de todos os treze candidatos à presidência, Bolsonaro não deveria vencer. A união de movimentos de um mesmo campo político mostra a potência das lutas quando juntas, uma vez que, por mais forte que seja, “o movimento feminista não pode mudar o mundo sozinho, nenhum movimento pode” (SILVA; CAMURÇA, 2010, p. 19).

Mesmo com tamanha pressão popular, Bolsonaro foi eleito depois de disputar o segundo turno com Fernando Haddad (PT). Sua vitória se deu após uma campanha maciça de fake news²⁴ em redes sociais, principalmente no WhatsApp e no Twitter. Sua presença nesses espaços foi tão significativa que Bolsonaro não participou dos debates promovidos por

²³ Jair Bolsonaro assumiu o cargo de deputado federal em 1991, ganhando novamente e ocupando o cargo em 1995, 1999, 2003, 2007, 2011, 2015, até 2018. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/deputados/74847/biografia>>. Acesso em 30 mar. 2021.

²⁴ *Fake news* são mentiras que ganham uma roupagem que as fazem parecer notícias de jornais, revistas ou sites, através da forma como são escritas, por exemplo.



propostas e projetos. O fato da campanha #EleNãO ter, no próprio nome, um símbolo digital que é a hashtag e o candidato eleito ter feito sua campanha praticamente inteira somente nas redes sociais, faz uma ponte com a prática jornalística no ambiente digital e como o jornalismo e o feminismo têm absorvido as mudanças tecnológicas, ao mesmo tempo que as constroem.

Em 2018, AzMina tinha 180 mil seguidores nas redes sociais (Facebook, Instagram e Twitter somados) e cinco mil assinantes na newsletter. No total, em 2018, foram 53 reportagens e sete especiais investigativos publicados. Em 2017, a revista AzMina ganhou o Troféu Mulher Imprensa, da Revista Imprensa, como melhor projeto jornalístico; e, no ano seguinte, o Prêmio Glamour, da Revista Glamour, como agitadoras digitais. O veículo realizou várias campanhas digitais de conscientização como #CarnavalSemAssédio, #MachismoNãOÉBrincadeira e #VamosMudarOsNúmeros. A última ganhou um leão de bronze na categoria Media do Cannes Lions Festival, premiação internacional de publicidade²⁵.

Além de reportagens e matérias especiais, a AzMina também produz aplicativos. O PenhaS²⁶ é voltado para o combate à violência contra as mulheres e traz informações sobre o assunto, pontos de apoio, botão de pânico, produção de provas e acolhimento. Já a MAIA (Minha Amiga Inteligência Artificial)²⁷ é uma assistente virtual que ajuda mulheres a identificarem se estão em um relacionamento abusivo e faz parte da campanha #NamoroLegal do Ministério Público do Estado de São Paulo, iniciada em junho de 2019.

Já o Lado M ficou conhecido nacionalmente com a campanha Não Quero Flores, em 2016. A ideia surgiu de uma conversa informal com as colaboradoras e foi pensada para o Dia Internacional da Mulher, em oito de março. Com alguns posts no Facebook e conversando com outros portais de empoderamento feminino, a hashtag #NãOQueroFlores chegou nos Trending Topics do Twitter²⁸ e as participantes do Lado M deram entrevistas para outros veículos para falar sobre a campanha. Foi depois disso, em uma das chamadas para novas colaboradoras, que eu entrei para o site, buscando um lugar no qual poderia ganhar experiência e falar de assuntos que me interessavam. No ano seguinte, 2017, lançaram a campanha #NãOSouObrigada. Em 2018, o site passou por uma mudança de site em 2018. A atual plataforma utilizada, o Medium, só mostra o número de acessos de três meses atrás, portanto não há os dados do ano analisado.

²⁵ Disponível em <<https://azmina.com.br/2017/06/campanhas-dazmina-ganham-dois-leoes-em-cannes/>>. Acesso em 17 mar. 2021.

²⁶ Disponível em <<https://azmina.com.br/projetos/penhas/>>. Acesso em 17 mar. 2021.

²⁷ Disponível em <<https://azmina.com.br/projetos/azmina-projetos-maia/>>. Acesso em 17 mar. 2021.

²⁸ O ranking do site <<http://www.twitter.com>> com os assuntos mais falados em um determinado país ou no mundo.



A rede social mais usada em 2018 para fazer a divulgação dos textos era a página no Facebook que tinha 62 mil seguidores na época.

Como foram criados em um momento em que as redes sociais já existiam, os dois veículos têm uma rede de difusão e interação (FERREIRA, 2015, p. 210) com Facebook, Instagram e newsletter que leva o usuário a acessar os sites ou consumir o conteúdo na própria rede social. O papel das redes sociais, principalmente Facebook e Twitter, também é importante para o impulsionamento das campanhas realizadas pelos sites.

2. Um jornalismo digital feminista

Este cenário digital é um lugar de “controvérsias, de desalinhos, de disputas de lutas” (BARROS, 2020, p. 208), e pode ser uma oportunidade para grupos que não têm espaço nos veículos tradicionais de imprensa, mas ao mesmo tempo está inserido em uma estrutura machista, racista e capitalista. Como ocupar esses espaços, colonizados “pelo capitalismo e pelo patriarcado (...) e transformar, subverter, curar as dinâmicas de dominação e de morte que se reproduzem através delas?” (ARAÚJO; MANICA; KANASHIRO, 2020, p. 2).

Essa questão é importante inclusive para pensar tanto a produção jornalística quanto o papel do feminismo nessa nova configuração que se desenvolve com as mudanças tecnológicas. Miguel e Boix (2013, p. 39) atentam para como as mudanças tecnológicas podem “afetar às mulheres, esses seres que estão deixando para trás uma longa história de opressão”. Em 1984, o termo “ciberespaço” foi usado no livro de ficção científica *Neuromancer*, de William Gibson (2008), descrito como

Uma alucinação consensual vivenciada diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças que estão aprendendo conceitos matemáticos... uma representação gráfica de dados de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas de luz alinhadas no ar não espaço da mente, aglomerados e constelações de dados. Como luzes da cidade se afastando.

Já Levy (1999, p. 92), define o ciberespaço como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Trago o conceito para falar do ciberfeminismo que, na década de 80, dizia respeito ao “ativismo feminista que unia arte e virtual”, mas que se transformou num “movimento para designar uma variedade de iniciativas, estratégias e tendências” que usa as novas tecnologias para “libertação, liderança e empoderamento das mulheres” (MIRANDA; BITAR, 2019, p. 27). Francesca da Rimini, Julianne Pierce, Josephine Starrs e Virginia Barratt são conhecidas como as pioneiras na utilização do termo no início dos anos 90. Porém, antes delas, Donna Haraway ao publicar “O



Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX”, em 1985, propôs “uma visão múltipla sobre mulher, ciência e tecnologia, descrevendo a crise de identidade dos movimentos sociais, em especialmente o do movimento feminista, e as influências das novas tecnologias em suas configurações” (MIRANDA; BITAR, 2019, p. 27).

A imagem do ciborgue pode sugerir uma forma de saída do labirinto dos dualismos por meio dos quais temos explicado nossos corpos e nossos instrumentos para nós mesmas. Trata-se do sonho não de uma linguagem comum, mas de uma poderosa e herética heteroglossia. (...) Significa tanto construir quanto destruir máquinas, identidades, categorias, relações, narrativas espaciais. Embora estejam envolvidas, ambas, numa dança em espiral, prefiro ser uma ciborgue a uma deusa. (HARAWAY, 2019, p. 202).

O feminismo que vemos hoje é herdeiro direto do movimento do fim dos anos 80 e início dos anos 90. Natansohn (2013, p.28) chama esse novo feminismo de “profeminismo novo, nerd e geek” que foi repaginado para ser mais “atrativo para as mulheres mais jovens, crescidas no ambiente digital, cujo vínculo com o feminismo tradicional é desfavorecido pela brecha cultural, digital e geracional”. E é a partir de iniciativas como os sites analisados que mulheres — cada vez mais novas — têm o primeiro contato com o movimento, “reverberando esses debates dentro de casa, em suas vidas profissionais e sociais” (MIRANDA; BITAR, 2019, p. 34).

Unindo o jornalismo às novas tecnologias de comunicação, esses grupos de mulheres conseguiram ganhar visibilidade, apesar da violência de gênero ainda existente tanto no espaço online quanto no espaço offline. Em 2015, a busca por “feminismo” no Google cresceu 86,7%, enquanto a busca por “empoderamento feminino” cresceu 354,5%. Essa efervescência foi chamada de Primavera das Mulheres (REIS, 2017, p. 2) e pode ser considerada uma nova onda feminista para alguns autores. Nesse momento, as feministas trocaram o papel por seus próprios corpos “para inscreverem suas propostas de luta” (DUARTE, 2017, p. 27). Diria que, além dos corpos físicos, usam o perfil, o avatar, o corpo digital, para isso.

Mesmo parecendo o “ápice da democratização da comunicação” (BARROS, 2020, p. 208), a internet nunca foi esse espaço. Segundo a Síntese de Indicadores Sociais (SIS) publicada pelo IBGE em 2018, 29,3% das mulheres pretas e pardas e 30,9% de homens pretos e pardos não tinham acesso à internet enquanto as porcentagens entre brancos eram de 19% de mulheres e 19,1% de homens (LIMA; OLIVEIRA, 2020, p. 9). Já o dossiê “Mulheres Negras: retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil” (IPEA, 2013) mostra que os domicílios chefiados por mulheres negras são os que têm menos acesso a recursos tecnológicos em comparação com domicílios comandados por homens negros e brancos ou por mulheres brancas. Outro ponto importante apontado por Reis (2017, p. 7) em sua pesquisa é a



“predominância da viralização das iniciativas protagonizadas por mediadoras alocadas no eixo Sul-Sudeste do país, principalmente nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo”. Segundo a SIS publicada em 2020 (IBGE, 2020), o acesso domiciliar à internet também varia entre os estados, tendo extremos como 95,9% da população do Distrito Federal com acesso a tecnologias da informação e 65,6% no Maranhão. As regiões Norte e Nordeste têm os piores resultados, enquanto os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul, Goiás e o Distrito Federal ficam na faixa de 87,4% a 95,9%.

É preciso questionar se há, de fato, uma distribuição igual das relações de poder e mostrar a “necessidade de problematização da relação ciberativismo, visibilidade e territorialidade nos movimentos em rede contemporâneos” (NATANSHON, 2013, p. 1). A autora reitera que mesmo com a possibilidade de “difundir informações a custos mínimos:”

o desenvolvimento das tecnologias não escapa às relações de poder que produzem desigualdades e contradições nas dinâmicas de acesso, uso, desenho e produção das TIC's entre homens, mulheres, brancos, negros, pobres e ricos (Ibidem).

As mulheres também estão muito presentes na internet e nas redes sociais. Em 2018, por exemplo, 75,7% das mulheres utilizavam a internet no Brasil (IBGE, 2018), mas ocupavam poucos espaços relacionados ao desenvolvimento dessas tecnologias (NATANSHON, 2013, p.3). Algumas autoras argumentam que se trata de uma “brecha digital de gênero” (CASTAÑO, 2008; ALONSO, 2007; WACJMAN, 2006), tanto no acesso quanto na formação e no desenvolvimento das tecnologias. Gurumurthy (2009, p. 127) acrescenta:

Consequentemente, o virtual não é apenas um lugar de luta ou um sistema de discriminação, mas é, de fato, uma nova entidade que fortalece e desencadeia velhas ideologias de exploração: se opõe aos pobres, ao Sul, é racista e patriarcal; nesse sentido, o virtual é muito mais real do que pensamos e conhecemos. Além disso, a “brecha digital” não captura adequadamente esses aspectos estruturais.²⁹

Araújo, Oliveira e Kanashiro (2020, p. 11) comparam a “invisibilidade das infraestruturas tecnológicas (...) à invisibilidade do trabalho, das relações e ainda das desigualdades associadas aos corpos” e grupos sociais específicos. Assim, as teóricas feministas que discutem a comunicação, o uso das TICs pelo movimento e o desenvolvimento das tecnologias em geral, questionam não só os efeitos, mas também a “própria constituição da ciência e da tecnologia”, que exclui não só as mulheres, mas todos os grupos citados por Gurumurthy (2009), “que estão fora das formas androcêntricas dominantes” (NATANSOHN, 2013, p.22). A partir disso é

²⁹ Trecho traduzido do espanhol. “En consecuencia lo virtual no es sólo un sitio de lucha o un sistema de discriminación, sino que se trata, de hecho, de un nuevo ente que fortalece y desata viejas ideologías de explotación: se opone a la gente pobre, al Sur, es racista y patricarcal; en este sentido lo virtual es mucho más real de lo que pensamos y sabemos. Además, la “brecha digital” no capta adecuadamente estos aspectos estructurales.”



preciso refletir sobre questões como: quais mídias são utilizadas? Uma vez que a internet cria novas linguagens, quais corpos estão aparecendo com elas e onde aparecem? (FERREIRA, 2015, p. 223).

3. Metodologia e objetivos

Para refletir sobre a produção jornalística feminista na internet, escolhi a metodologia do estudo de casos múltiplos, que permite uma comparação entre os veículos e pela profundidade, por ser uma análise de uma situação específica (MARTINO, 2018, p. 150), neste caso, dois veículos específicos em um determinado contexto social.

No estudo de casos múltiplos, o pesquisador estuda conjuntamente alguns casos para investigar um dado fenômeno, podendo ser visto como um estudo instrumental estendido a vários casos. Os casos individuais que se incluem no conjunto estudado podem ou não ser selecionados por manifestar alguma característica comum. Eles são escolhidos porque se acredita que seu estudo permitirá melhor compreensão, ou mesmo melhor teorização, sobre um conjunto ainda maior de casos (ALVES-MAZZOTTI, 2006, p. 642).

Esse método possibilita a utilização de vários meios para recolher dados, como as entrevistas em profundidade e a aplicação de questionário que utilizei nesta pesquisa. No início, a ideia era entrevistar duas representantes, uma de cada site, presencialmente. Porém, devido à pandemia de covid-19, as entrevistas foram realizadas através do Google Meet, WhatsApp e Telegram e também foram feitas com duas autoras de cada veículo, a fim de aprofundar algumas questões relacionadas à produção dos textos³⁰.

Já os dados referentes às autoras que escrevem para os sites Lado M e AzMina foram coletados através da plataforma Google Forms. O link para o formulário foi enviado a elas por e-mail, pelo WhatsApp, Facebook Messenger e LinkedIn. As autoras foram convidadas a participar da pesquisa, tendo de janeiro a março de 2021 para responder.

4. Quem são e sobre o que falam

Analisando parte dos resultados da pesquisa, foi possível perceber que estas estatísticas ecoam nos dois sites. A partir de um formulário do *Google Forms*, as autoras que publicaram no segundo semestre de 2018 responderam perguntas que possibilitaram traçar um perfil de quem colabora para os sites. Elas foram questionadas sobre a idade, área de atuação, cidade de

³⁰ A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UNICAMP. Número do processo: 40054020.2.0000.8142.



residência e nascimento, há quanto ou por quanto tempo colabora/colaborou com o site, raça, orientação sexual, identidade de gênero, relação com o site e nível de escolaridade. Também responderam a duas questões abertas: Quais foram suas motivações para começar a escrever? e Como você avalia sua participação no site?

De julho a dezembro de 2018, 22 pessoas escreveram matérias para o Lado M. Para AzMina colaboraram 37, seja escrevendo, com edição ou produção de especiais, somando textos anônimos ou com pseudônimos, textos assinados pela equipe e um de autoria da Redacción Marcha Noticias (Argentina). Das 59 pessoas que colaboraram e poderiam responder ao questionário, 46 aceitaram participar da pesquisa. Das respostas recebidas, 22 foram de autoras do Lado M — portanto, todas responderam — e 23 d’AzMina. As 14 autoras que não participaram não responderam às tentativas de contato.

A partir da análise quantitativa das respostas, cheguei ao resultado de que a maioria tem entre 26 e 30 anos, são mulheres brancas, heterossexuais e cisgênero, moram na região Sudeste —principalmente no estado de São Paulo —, têm ensino superior completo e atuam na área da comunicação. Em sua maioria, as autoras não são remuneradas pelo trabalho que fazem nos veículos e contribuem, em média, de 1 a 3 anos. A análise dos resultados não visa anular ou questionar a importância do trabalho dos dois sites para o movimento feminista atual, porém é importante pensar quais mulheres estão conquistando esses espaços para construir veículos mais diversos.

Além do formulário, realizei entrevistas com as fundadoras dos sites, a fim de aprofundar algumas questões. A editora do Lado M, Mariana Miranda, explica que a ideia inicial do site era “ter colaboradoras no Brasil todo, porque a gente sempre pregou muito isso, de ter esse lado diverso”. Apesar do esforço, ainda não há representatividade de mulheres do Norte, Nordeste e Centro-Oeste. Observando a cidade de residência, apenas duas estão nessas regiões e apenas uma nasceu em uma dessas regiões. Uma das formas de possibilitar maior diversidade geográfica foi fazer as reuniões de pauta de forma remota e online ao invés de presencial.

Já a cofundadora e diretora executiva d’AzMina, Carolina Oms, disse que, em 2021, a maioria das colaboradoras do site eram mulheres não-brancas, representando 60% da equipe. “A gente tem um planejamento para que, nos próximos dois anos, na diretoria, haja paridade ou maioria de mulheres não-brancas. Entre as gerentes de projeto, a maioria já é de mulheres negras”. Portanto, comparando com os dados referentes a 2018, percebe-se que há um movimento de buscar a igualdade de oportunidades para mulheres diversas, inclusive incentivando-as a ocuparem cargos mais altos, pelo menos em um dos veículos.



Sobre os textos, foram 121 publicações no período, sendo 44 no Lado M e 77 na revista AzMina, contando os especiais. A maior parte dos textos se divide entre a sessão de política e de opinião. Um dos textos publicados no período é de Rebecca Souza (2018), com o título “Cigana e negra, ambos são meus lugares de fala”. Ela assina uma coluna na revista AzMina.

Como uma mulher negra e cigana, queria trazer um olhar adicional à questão: existem pessoas de algumas etnias que possuem a pele preta, e por isso sofrem preconceito similares aos negros, mas não são vistas ou consideradas como negras. (...) Eu sou uma mulher romani (cigana) e também sou negra. E, por isso, acabo vagando nesses dois movimentos, sempre tentando encontrar um lugar de fala. Tenho muita fala como mulher romani, porém quando falo como mulher negra frequentemente escuto a interrogação: “mas você não é cigana”? (SOUZA, 2018).

Neste trecho é possível observar como a prática jornalística feminista permite que a jornalista se coloque no texto, mesmo que seja uma reportagem – um texto mais tradicional –, as autoras trazem opiniões embasadas em dados e pesquisas. Quanto mais elas se mostram, colocando suas experiências e vivências nos textos, mais conectados os leitores se sentem. É nomear “onde estamos e onde não estamos” (HARAWAY, 2009, p. 21).

A partir dessa primeira análise dos dados, algumas questões foram levantadas e ajudam a pensar na prática jornalística atual. Como veículos independentes podem se sustentar financeiramente de forma que as colaboradoras possam ser remuneradas? E o fato de não serem remuneradas influencia no tipo de texto que é produzido e na frequência com que elas escrevem? Onde estão as mulheres transexuais? Há um movimento dos sites para a inclusão dessas mulheres como autoras ou, pelo menos, uma reflexão sobre isso?

Como disse, a pesquisa não busca anular o feito dos dois sites ou dos outros que existem e não fazem parte dela. A ideia é refletir a prática de produção de conteúdo feminista na internet e como pode ser feita de forma mais diversa e profissional.

Referências

ALONSO, A. P. La comunicación como arma do desarrollo? Una mirada desde el punto de vista de las mujeres. In: MARCESSE, Silvia Chocarro (Coord.) *Nosotras en el país de las comunicaciones. Mirada de Mujeres*. Barcelona: Icaria Editorial/ACSUR-LAS SEGOVIAS, 2007. p. 161-175.

ALVES-MAZZOTTI, A. J. Usos e abusos dos estudos de caso. *Cadernos de Pesquisa*, v. 36, n. 129, p. 637-651, 2006.

ARAÚJO, D. C.; MANICA, D. T.; KANASHIRO, M. M. Tecnopolíticas de Gênero. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 59, p. 1-7, 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/18094449202000590000>.



BARROS, T. N. Estamos em Marcha!: escrevendo, agindo e quebrando códigos. In: SILVA, Tarcízio (org.). *Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos*. São Paulo: Literarua, 2020. p. 197-214.

CASTAÑO, C. *La Segunda Brecha Digital*. Madrid: Cátedra/PUV, 2008.

CASTELLS, M. *Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro, Zahar, 2017, 294 p.

DUARTE, C. L. A história possível: imprensa e emancipação da mulher no Brasil no século XIX. In: DUARTE, C. L. *Imprensa Feminina e Feminista no Brasil: Século XIX - Dicionário Ilustrado*. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017. p. 13-30.

FERREIRA, C. B. C Feminisms on the web: lines and forms of action in contemporary feminist debate. *Cadernos Pagu*, [S.L.], n. 44, p. 199-228, jun. 2015. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1809-4449201500440199>.

GIBSON, W. *Neuromancer*. São Paulo: Aleph, 2008. E-book (não paginado). Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4118319/mod_resource/content/1/Neuromancer%20-%20William%20Gibson.pdf. Acesso em: 5 jul. 2021.

GURUMURTHY, A. Decir “no” a una sociedad de la información de segunda mano: la brecha digital, el género y el desarrollo. In: MARTINEZ BARRIENTOS, F. *Know How y ciudadanía, nuevas tecnologías de la comunicación y la acción de las mujeres en el siglo XXI*. México: Unifem, Universidad Autónoma de México, 2009, p. 125-143.

HARAWAY, D. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. *Cadernos Pagu*, n. 5, p. 7-41, 1 jan. 2009.

_____. O Manifesto Ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: HOLLANDA, H. B. (Org.). *Pensamento Feminista Brasileiro: formação e contexto*. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019. p. 157-212.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua)*. Tecnologia da Informação e Comunicação. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101705_informativo.pdf. Acesso em: 9 jul. 2020.

_____. *Síntese de Indicadores Sociais: Uma análise das condições de vida da população brasileira 2020*. Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101760.pdf>. Acesso em: 9 jul. 2021.

IPEA – INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Dossiê Mulheres Negras: retrato das condições de vida das mulheres negras no Brasil*. Brasília, 2013. Disponível em https://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_dossie_mulheres_negras.pdf. Acesso em 9 jul. 2021.

LEVY, P. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999. 264 p.



LIMA, D.C.; OLIVEIRA, T.. Negras in tech: apropriação de tecnologias por mulheres negras como estratégias de resistência*. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 59, p. 1-33, 2020. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/18094449202000590006>.

MARTINO, L. M. S. *Métodos de pesquisa em comunicação: Projetos, ideias, práticas*. Petrópolis: Vozes, 2018.

MIGUEL, A.; BOIX, M. Os gêneros da rede: os ciberfeminismos. In: NATANSOHN, Graciela (org.). *Internet em código feminino: teorias e práticas*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2013. p. 39-76.

MIRANDA, C. M.; BITAR, M. P. B. Think Olga: reflexiones sobre el protagonismo ciberfeminista en brasil. Hachetetepe. *Revista Científica de Educación y Comunicación*, [S.L.], v. 1, n. 18, p. 15-38, 2019. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cadiz. <http://dx.doi.org/10.25267/hachetetepe.2019.v1.i18.4>.

NATANSOHN, G. Introdução: que tem a ver as tecnologias digitais com o gênero?. In: NATANSOHN, G. (org.). *Internet em código feminino: teorias e práticas*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones, 2013. p. 15-38.

REGER, J. Debating US Contemporary Feminism. *Sociology Compass*, [S.L.], v. 8, n. 1, p. 43-51, jan. 2014. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1111/soc4.12118>.

REIS, J. Feminismo por hashtags: as potencialidades e riscos tecidos pela rede. *Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero*. Florianópolis, p. 1-13, 2017.

SCHANDER, G. B.; BERTASSO, D. Revista AzMina e o jornalismo como forma de conhecimento. *Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, [S.L.], v. 6, n. 2, p. 32-52, dez. 2019. Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). <http://dx.doi.org/10.5212/revistapautageral.v.6.i2.0003>.

SILVA, C.; CAMURÇA, S. *Feminismo e movimento de mulheres*. Recife: SOS Corpo – Instituto Feminista para a Democracia, 2010. Disponível em: http://biblioteca.clacso.edu.ar/Brasil/sos-corpo/20170920041351/pdf_950.pdf. Acesso em 04 de abr. 2021.

SOUZA, R. *Cigana e negra, ambos são meus lugares de fala*. 2018. Disponível em <https://tinyurl.com/h2rv3pvx>.

WAJCMAN, J. *El tecnofeminismo*. Madrid: Cátedra, 2006.