

AS TRAJETÓRIAS PESSOAIS E PROFISSIONAIS DE MIDIATIVISTAS FEMINISTAS DIGITAIS NO BRASIL

Mariana Fagundes Ausani¹

Resumo

O intuito do artigo é entender, a partir das trajetórias e histórias de vida de colaboradoras de publicações midiativistas feministas digitais, como elas se aproximam da prática do jornalismo engajado. Assumo o midiativismo feminista como um espaço composto pelo interstício entre outros mundos sociais, como o do jornalismo, o do ativismo digital e o da militância política. Para compreender quais formas de engajamento são construídas pelo grupo, analiso as publicações *AzMina*, *Think Olga* e *Lado M*. Utilizo as teorias sobre estudos de gênero e feminismos como apoio bibliográfico. A metodologia, de caráter qualitativo e indutivo, apoia-se em uma etnografia com entrevistas em profundidade com atrizes que participam em diferentes graus da composição do mundo – produtoras(es) de conteúdos e equipes de apoio - e na observação direta das práticas desenvolvidas por participantes desses espaços para possibilitar a análise das formas de inserção dos indivíduos no âmbito de mídias feministas digitais.

Palavras-chave: feminismos, midiativismo, ativismo digital, engajamento.

Abstract

The aim of this article is to understand, based on the trajectories and life stories of contributors to digital feminist media publications, how they approach the practice of engaged journalism. I see feminist media activism as a space made up of the interstice between other social worlds, such as journalism, digital activism and political militancy. In order to understand the forms of engagement constructed by the group, I analyze the publications *AzMina*, *Think Olga* and *Lado M*. I use theories of gender studies and feminisms as bibliographical support. The methodology, of a qualitative and inductive nature, is based on ethnography with in-depth interviews with actresses who participate to different degrees in the composition of the world - content producers and support teams - and direct observation of the practices developed by participants in these spaces to enable analysis of the ways in which individuals are inserted into the sphere of digital feminist media.

Keywords: feminisms, media activism, digital activism, engagement.

¹ Especialista em regulação na área de Mídia Digital na Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Doutora em cotutela entre a Universidade de Brasília (linha de pesquisa Poder e Processos Comunicacionais do Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação) e a Université de Rennes 1, na França (Laboratoire Arènes - Faculté de droit et de science politique). Mestra em Jornalismo e Sociedade pela Universidade de Brasília (2017). Especialista em Marketing e Mídia Digital pela FGV (2020). Possui graduação em Comunicação, com habilitação em jornalismo, também pela UnB (2013), tendo cursado um semestre de graduação-sanduiche na Faculdade de Belas-Artes da Universidade do Porto (2012), em Portugal.

Introdução

Este artigo resgata as trajetórias e histórias de vida de mulheres que compõem projetos de jornalismo engajado feminista e digital. A partir de entrevistas em profundidade com colaboradoras dos projetos *AzMina*, *Lado M* e *Think Olga*, analisa-se como o grupo se mobiliza em torno de ações de militância e ativismo digital de maneira a conciliar interesses político-ideológicos com suas carreiras. Tento entender como as entrevistadas se aproximam do midiativismo feminista e posicionam suas experiências nesse mundo social diante de uma série de processos de cooperação e de negociação que se constituem coletivamente.

As entrevistas no Brasil foram conduzidas entre outubro de 2020 e novembro de 2021 – e ocorreram remotamente, em decorrência da situação sanitária atrelada à pandemia de Covid. Dentre as 19 pessoas que trabalham em publicações feministas e concederam entrevistas em profundidade para o estudo, só há mulheres, uma vez que os canais estudados não contam com colaboradores homens em suas equipes. A faixa etária² predominante do grupo, que engloba nove midiativistas, é de pessoas com idades entre 30 e 34 anos. Há ainda quatro pessoas com idades entre 25 e 29 anos, duas entrevistadas na faixa de idade entre 20 e 24, duas que têm entre 35 e 39 anos e somente uma com idade entre 45 a 49 anos. Uma pessoa não indicou a idade.

O perfil sociodemográfico dessas colaboradoras reforça as tendências de circularidade transnacional das práticas de midiativismo feminista e, de maneira mais ampla, da militância feminista contemporânea (JOUËT, 2018), em que se observa uma concentração de mulheres jovens, com 20 ou 30 anos, pertencentes às classes média-alta ou alta, com educação superior, produzindo informações feministas na internet. De acordo com a socióloga Josiane Jouët (2018), para compor o mundo social, é preciso ter domínio da tecnologia e saber gerir de maneira autônoma ferramentas digitais – observações que ajudam a compreender a relativa homogeneidade de variáveis ligadas à

² Foi utilizada como referência para divisão em grupos etários a tabela de classificação por idade da população brasileira feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18318-piramide-etaria.html>. Acesso em: 20 de outubro de 2023.

idade e classe social no interior do grupo analisado. As midiativistas vêm de uma geração atravessada por práticas de texto e imagem amadoras, sendo que as lideranças dessas publicações frequentemente pertencem aos setores midiático e comunicacional (jornalistas, assessoras de imprensa, produtoras de conteúdo e editoras de vídeo).

Debates étnico-raciais se refletem na configuração das mídias feministas e também nos discursos e ações de militância encabeçados pelo grupo. O Brasil conta com 56% da população autodeclarada preta e parda (categorias que, juntas, compõem o grupo de pessoas negras), conforme aponta o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em dados que correspondem ao ano de 2021. Mas apenas sete midiativistas feministas entrevistadas se autodeclararam negras (entre pardas e pretas) – as outras 12 se dizem brancas. O que remete ao problema das iniquidades socioeconômicas que reforçam desigualdades sociais e raciais. Ao recuperar os dados referentes à raça apresentados na última versão do relatório que traça o perfil dos jornalistas brasileiros (LIMA et al., 2022), observa-se a predominância de jornalistas brancos(as) – cerca de 70% do total – frente a 20% autodeclarados(as) pardos, 9% pretos(as), 1% amarelos(as) e menos de 0,5% indígenas. Embora os projetos feministas brasileiros sustentem discursos de inclusão e apesar de terem ampliado a diversidade das equipes no período de desenvolvimento desta pesquisa, os fatores sócio-históricos que segregam a população do país, fazendo com que pessoas negras tenham menos acesso a formações de nível superior e ao mercado de trabalho de jornalismo em comparação às brancas, emergem no âmbito do mundo do midiativismo feminista digital.

Além disso, aspectos habitacionais demonstram que há uma relevante concentração de profissionais entrevistadas em grandes centros urbanos, até mesmo em decorrência de demandas do trabalho, da concentração geográfica dos sistemas de mídia e/ou da militância em projetos feministas. Do total, cerca de 85% do grupo mora em regiões metropolitanas com mais de 1 milhão de habitantes, concentrando-se principalmente na grande São Paulo (11). Apenas duas entrevistadas não moram em uma capital, sendo que uma delas habita em uma grande cidade no interior paulista (Campinas, com 1,1 milhão de habitantes), localizada nas proximidades de São Paulo. A outra está alocada em zona rural, pois trabalha atualmente em uma fazenda.



Vale observar que o fato de as mídias feministas brasileiras possuírem equipes distribuídas fora do eixo Rio-São Paulo (Bahia, Maranhão, Pernambuco e Rio Grande do Sul) reforça discursos do grupo de que elas têm aberto espaços para pessoas de diferentes regiões do país e com trajetórias distintas daquelas dos membros originários dessas publicações. Todas as mulheres que vivem nesses estados e contribuem com tais mídias autodeclaram-se negras (pretas ou pardas), destoando da maioria das entrevistadas que moram em São Paulo e arredores ou no Rio de Janeiro.

Destaca-se que o fator de localização geográfica é determinante na definição de conteúdos a serem tratados nas publicações, nas relações que se constroem entre as midiativistas e outras mídias ou atores e atrizes sociais (do cenário político, financeiro e militante), nas abordagens e enquadramentos escolhidos pelas repórteres e colunistas e, principalmente, no alcance que os conteúdos atingem em termos de públicos. Assim, o grupo de colaboradoras dos projetos estudados tenta criar, por meio da produção de informação feminista digital, uma narrativa inclusiva, unificadora e legitimadora combinando espontaneidade e organização, experiência e amadorismo (GUEVARA, 2015), partindo de diferentes localidades, idades, conjunturas socioeconômicas e atravessadas por um processo de transnacionalização das práticas midiativistas e feministas.

Perfil profissional e trajetórias de formação

Dentre as midiativistas entrevistadas, 13 possuem graduação na área e 14 se reivindicam jornalistas – uma entrevistada cursou Comunicação Social com habilitação em Produção Social, mas atua como jornalista. Há também duas pessoas com formação em outras áreas das Ciências da Informação e da Comunicação – Relações Públicas e Cinema. As entrevistadas que não são originárias nem das áreas do jornalismo nem da comunicação cursaram Ciências Políticas e Música.

A maioria das midiativistas são egressas de universidades de renome. Das 19 midiativistas entrevistadas, 12 formaram-se em universidades públicas bem-conceituadas. Oito delas são oriundas da Universidade de São Paulo (USP) e as outras quatro são egressas das universidades federais da Bahia, Pernambuco e Rio Grande do

Sul³. Há três midiativistas que fizeram faculdade ou estudos complementares em instituições privadas de ensino superior que figuram entre as melhores do país, como a Pontifícia Universidade Católica (PUC) e a Fundação Getulio Vargas (FGV), e quatro que estudaram em instituições menos conhecidas. Sete entrevistadas mencionaram ter cursado ou estar cursando alguma pós-graduação.

As formações acadêmicas e os relatos de histórias de vida de entrevistadas sugerem que a maioria delas vêm de famílias com condições financeiras estáveis e de classes médias ou médias-altas. Os indivíduos que contaram ter enfrentado mais dificuldades para acessar e se manter nos espaços universitários e escolas superiores foram pessoas autodeclaradas negras. O mesmo grupo também descreveu ser originário de famílias com situações financeiras menos privilegiadas. Além disso, Leandra (*AzMina*), única respondente com deficiência que fez parte desta pesquisa, contou, em paralelo às descrições que fez sobre as barreiras que pessoas com deficiência vivenciam no sistema educacional, que tentou ser aprovada em universidade pública, mas não obteve sucesso. As adversidades apontadas por essas entrevistadas remetem a problemáticas econômicas e de classe (FREITAS, 2018), agravadas por discriminações étnico-raciais que ainda se perpetuam e despontam nas narrativas e nas trajetórias de midiativistas feministas negras na contemporaneidade.

Na prática, as midiativistas que se investem em coberturas midiáticas e na escrita de reportagens e informações jornalísticas possuem formação na área. As demais colaboradoras das publicações compõem as equipes de apoio, atuando, fundamentalmente, na captação de recursos materiais para o grupo, no recrutamento de pessoal e na criação e manutenção de redes de contatos para esses canais. Além disso, há jornalistas que acumulam duplas funções – de gestão de pessoas e de recursos e de redação e edição de textos.

Os relatos das entrevistadas sugerem que, ainda que se afastem da prática de produção de informação feminista, as midiativistas tendem a seguir desenvolvendo ações

³ Essas instituições se destacam em rankings internacionais, como o Shanguai, em que a USP aparece entre as posições 101 e 150. Já no Times Higher Education, ela está entre 201 e 250. As universidades federais da Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Sul também figuram nesses rankings. Disponível em: <https://www.shanghairanking.com/> e <https://www.timeshighereducation.com/>. Acesso em: 20 de outubro de 2023.

feministas engajadas e fazendo ativismo digital, por meio do compartilhamento e da visibilização em suas redes e grupos sociais de conteúdos e projetos que propagam a equidade de gênero. As entrevistas indicam que pessoas inseridas no contexto do mundo social do midiativismo feminista, ainda que saíam desse, não se realocam no mundo social tradicional de suas profissões (seja ou não o jornalismo).

Foi o que ocorreu com a antropóloga Bárbara (*Think Olga*, entrevistada em 30 de julho de 2021), que costumava contribuir com as atividades de administração da ONG *Think Olga*, mas acabou mudando de carreira e tomando rumos bastante diferentes: ela se tornou mestra cervejeira, buscando conciliar suas escolhas profissionais com percursos de militância feminista que ela já havia iniciado anteriormente, quando, por diversão, passou a produzir cerveja com amigas e a ministrar cursos de produção cervejeira para outras mulheres.

Contribuir com o mundo do midiativismo feminista gera ganhos para as atrizes e atores em termos de aquisição de capital cultural, independentemente da área de formação de onde a pessoa advém. O engajamento, no contexto da cultura de participação em rede, é usado como mecanismo para gerar envolvimento e conexão, não somente com as mídias, mas com possibilidades de ações que extrapolam essa (GROHMANN, 2018). As habilidades desenvolvidas no exercício do midiativismo e os contatos criados nesse ambiente geram prestígio no âmbito midiático e digital e tendem a aproximar as entrevistadas de pessoas e instituições que ocupam posições de influência social – como personalidades feministas, artistas, pesquisadoras e jornalistas –, reconfigurando as trajetórias profissionais das colaboradoras de publicações analisadas.

As descobertas do engajamento feminista

Focar nas trajetórias de vida das pessoas que produzem/participam de mídia engajada, a partir de elementos socioeconômicos e familiares e de seus compromissos militantes e profissionais, viabiliza a reconstituição de dinâmicas sociais (FERRON & GUEVARA, 2017) que favorecem os processos de construção e manutenção do mundo social. A maior parte das entrevistadas conta que, desde a infância, já tinha uma

identificação prévia com a causa dos feminismos, embora esse processo ocorresse em suas trajetórias comumente de modo não consciente e propositado.

Antes da aproximação com o militantismo, elas não se reivindicavam feministas ou porque não tinham contato com o conceito e nem mesmo conheciam a palavra, como se constatou de modo mais recorrente nas narrativas das entrevistadas, ou porque consideravam que a terminologia carregava uma conotação negativa (ADICHIE, 2014), sendo vista como um extremismo ideológico ou até sendo confundida com misandria⁴. Assumir-se e/ou denominar-se feminista foram, em grande parte dos casos, processos graduais.

Já a percepção de que elas estavam, efetivamente, vinculadas à agenda dos feminismos, costuma estar associada a arcos temporais (BECKER, 1973) específicos de suas carreiras (sendo o mais frequente deles a entrada na faculdade) ou a dinâmicas em que a reincidência de situações de reprodução de padrões patriarcais gera incômodo. O exemplo mais mencionado é o que entrevistadas constatam que os irmãos não tinham a obrigação de realizar tarefas domésticas ao longo de sua criação, ao passo que elas, por serem meninas, eram impelidas a desenvolver tais atividades.

Essa percepção é transformada em engajamento feminista – por meio de ações ativistas ou militantes – e transpassa as trajetórias das midiativistas entrevistadas, geralmente, desde a fase em que elas cursavam ensino médio – conforme descrevem Malu (*Lado M*), Vanessa (*Lado M*) e Verena (*AzMina*) –, na transição do período escolar para o universitário – caso de Catarina (*Lado M*) – ou, mais comumente, a partir da graduação – Bárbara (*Think Olga*), Bruna (*AzMina*), Cris (*AzMina*), Flay (*AzMina*), Luisa (*AzMina*), Mariana (*Lado M*) e Rayana (*AzMina*). O que leva o grupo a se aproximar do movimento feminista de maneira engajada é a tomada de consciência de opressões sexistas e de violências de gênero que marcam suas próprias trajetórias e/ou as trajetórias de pessoas próximas.

Para algumas entrevistadas, contudo, a inserção definitiva na militância feminista só se concretizou no início da vida profissional no âmbito do jornalismo, como mencionam Amanda (*AzMina*), Gabriella (*Lado M*) e Nana (*Think Olga* e *Lado M*). Essa

⁴ Discriminação contra homens e sentimento de aversão a esses e ao gênero masculino.

demora com relação às demais entrevistadas se justifica por fatores diversos relacionados a conjunturas individuais (como influências familiares) e sociais (vínculos religiosos ou estruturas histórico-sociais). Também há relatos de midiativistas que só tomaram consciência mais ampla de iniquidades de gênero ao se inserirem em redações de jornal. Foi o que ocorreu com Amanda (*AzMina*), que diz que passou a se reivindicar feminista devido às consecutivas negativas que recebeu ao tentar atuar como repórter ou colunista esportiva na mídia hegemônica e, por ser mulher, não encontrar espaço nessa editoria.

Representações dos feminismos e do midiativismo

De modo geral, para as entrevistadas, os feminismos e mesmo o conceito do que é ser feminista são concepções atreladas à ideia e ao sentimento de liberdade e também à desconstrução de noções pré-concebidas sobre papéis de gênero que elas carregavam – e por vezes ainda carregam – em decorrência da imersão em espaços familiares, escolares, religiosos e outros ambientes sociais de caráter patriarcalista. As entrevistadas reforçam que essas desconstruções são também uma reformulação de si, um repensar permanente de posturas e ações no geral, mas especialmente no que se refere a elas próprias.

Os relatos de desconstrução de si mesmas motivados pelas reflexões sobre gênero e feminismos perpassam as entrevistas, em especial, quando os indivíduos abordam o próprio amadurecimento ideológico, a descoberta e o aprofundamento no debate feminista e o processo de desenvolvimento e apreensão de conceitos e de vertentes de militância na esfera de gênero, vivências decorrentes da imersão no mundo social.

Com o intuito de estruturar o desejo coletivo de ação social em prol da causa de gênero, as midiativistas propõem intersecções entre o espaço da militância política e o mundo do jornalismo, usando o meio digital como ferramenta de expressão e disseminação de informação. Elas passam a lidar com o militantismo conferindo a este um estatuto de trabalho, de ocupação que requer comprometimento regular e assiduidade participativa. A criação de mídias feministas *on-line* é uma escolha assumida por profissionais que consideram que é preciso reinventar todo o sistema de produção de informação (BREDA, 2022).

As midiativistas reafirmam o entendimento de que a noção de feminismos implica exercer empatia por outras mulheres e pessoas feminilizadas. A expressão da solidariedade enquanto emoção evoca entre membros do grupo impulsos de compromisso e trabalho e o reconhecimento de que, mesmo que não tenham os mesmos sentimentos, vidas e corpos, mulheres compartilham um terreno comum (AHMED, 2014). Mariana, criadora do portal *Lado M*, pontua que a militância acaba por aguçar no grupo um olhar mais “empático e humanitário para a sociedade” como um todo. A entrevistada acredita que aceitar o rótulo de feminista é uma atitude que extrapola estereótipos, culminando na desmitificação de ideias pré-concebidas sobre o movimento e sobre práticas sociais, tanto para si e, ainda mais, para os(as) outros(as):

Ser feminista não é só você lutar puramente pelas mulheres. Eu acho que é você ir além dessas lutas e entender que tem o feminismo racial, que tem o feminismo das mulheres com deficiência, tem o feminismo das mulheres LGBTQIA+. Feminismo é você conseguir entender diferentes nuances e tentar criar uma sociedade mais justa e igualitária para todo mundo. (entrevista, 15 de julho de 2021).

Para essas midiativistas, ser feminista não se reduz a ações de performance e de incitação de perplexidade e choque – ainda que esses sejam elementos-chave em suas formas de militância (HOLLANDA, 2019; JOUËT, 2022). Da perspectiva individual, a noção de feminismo é, para as entrevistadas, uma propulsão reflexiva que as faz se autoquestionar e questionar o mundo ao redor, traduzindo-se na possibilidade de libertarem a si mesmas para percorrer autodescobertas profissionais e pessoais que, antes da militância, elas não se permitiam vivenciar. Mais do isso, o engajamento ganha proporções coletivas e é ampliado através do contato com outras(os) feministas. É a partir do encontro com as(os) demais ativistas que as entrevistadas se apropriam dos feminismos como ferramentas de confrontação a estruturas tradicionalmente patriarcais (como igreja e Estado) e de combate a sistemas de opressão socioeconômicos e étnico-raciais aos quais elas se opõem.

Fortemente conectados por mobilizações de ativismo digital e impulsionados por coletivos feministas e por personalidades engajadas pela causa, os ideais feministas transitam por entre diferentes países, alimentando versões locais e regionais dessa causa, de modo a dialogar com as realidades socioeconômicas, históricas e culturais das populações, mas tendo como fio condutor anseios partilhados por equidade de gênero. Há um envolvimento e um senso de pertencimento e de comprometimento tanto com as

causas que as midiativistas defendem quanto com as práticas que desenvolvem e com as pessoas implicadas nessas atividades. Elas se engajam também com o modo de vida criado pelo grupo em torno das publicações nas quais atuam, desenvolvendo laços de amizade e tornando o espaço de convivência um componente que integra seus cotidianos.

Formas de mobilização e engajamento e sua integração às carreiras

Antes de se aproximarem dos feminismos, costuma existir uma identificação das midiativistas com outras formas de engajamento ligadas a debates de classe, raça e diversidade, para além das mídias feministas ou mesmo do militantismo político clássico – atrelado a partidos ou movimentos sociais. As ciberativistas, de modo geral, têm frequentemente uma experiência sólida com outras formas de mobilização política e a partir de ações *on* e *off-line* que se dão de maneira entrelaçada (BREDA, 2022). São pessoas que se aproximam do discurso engajado a partir de ambientes familiares, acadêmicos e profissionais e que estão habituadas a circular por espaços ativistas.

Parte das entrevistadas desta pesquisa relatam terem descoberto o feminismo por outras vias militantes. A partir, por exemplo, da identificação prévia com ideologias do espectro político de esquerda, como ocorreu com Bruna (*AzMina*), Carolina (*AzMina*) e Vanessa (*Lado M*). Nesse aspecto, disciplinas cursadas na universidade e a inserção no movimento estudantil aproximaram as midiativistas da atuação militante de maneira geral e, mais especificamente, das discussões de gênero.

Bruna (*AzMina*, entrevista, 2 de agosto de 2021) se atentou para o fato de que não lia mulheres porque o currículo do seu curso não a estimulava a isso e, instigada por sua atuação no centro acadêmico, fundou um núcleo de gênero na faculdade e montou o primeiro coletivo feminista da Escola de Comunicação da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Catarina (*Lado M*) e Marjana (*Think Olga*), duas mulheres negras e moradoras de regiões periféricas de grandes cidades, avaliam que suas formas de militância surgiram entre o fim do ensino médio e o início da faculdade, estando muito mais atreladas ao debate de raça do que ao de gênero, e a intersecção entre essas pautas aconteceu mais intensamente quando elas aderiram aos projetos feministas.

Quando eu comecei a estudar, eu digo que eu expandi o meu mundinho. Antes eu não tinha acesso a muitas discussões de movimento social. Foi quando eu

entrei na faculdade que eu comecei a entrar mais em contato com isso. A minha graduação foi marcada muito por participação em movimento social. (Marjana, colaboradora da *Think Olga*, entrevista, 12 de agosto de 2021)

Há a construção de uma narrativa romantizada nos discursos de uma parcela das entrevistadas que sugere que a consciência de justiça social ou de militantismo feminista seria uma característica inata. Parte das midiativistas reforçam que, na infância, sentiam-se diferentes das demais crianças ou que, desde que possuem memória, já tinham formado algum senso crítico de classe, raça e/ou gênero. Um exemplo é a fala de Leandra (colunista *AzMina*), que, enquanto mulher com deficiência, diz que tinha atritos familiares por querer ser mais independente:

Eu acho que, desde que eu existo, eu sempre fui assim. Eu sou muito vaidosa, então eu sempre gostei de me maquiar, de colocar roupa de acordo com a minha idade, apesar de a família ser muito preconceituosa e de ter superproteção, de ter muita codependência e da família ter medo de a gente sofrer. (...) Eu queria avançar, mas, muitas vezes, era reprimida. A gente acaba querendo ser um corpo feminista. “Por que eu não posso ter direito de estar nos lugares?”, “Por que eu não posso ter direito de cursar uma faculdade, de trabalhar, de colocar uma saia, de a minha perna aparecer, de colocar um salto alto (mesmo estando em uma cadeira de rodas)?”, “Por que eu não posso passar um batom vermelho?”. (entrevista, 2 de agosto de 2022)

Outras referências ao despertar do militantismo feminista, embora também remontem à fase de infância, estão mais atreladas à criação e à educação que as midiativistas receberam em casa, especialmente das mães e avós. A influência do fator maternidade no engajamento feminista também é mencionada de uma outra perspectiva: a das entrevistadas que são mães. Luisa (*AzMina*, entrevista, 8 de novembro de 2020), por exemplo, narra que seu modo de militar e de participar dos espaços de ativismo foram ressignificados a partir do momento em que ela teve uma filha e começou a olhar para a causa feminista levando em conta seu papel e suas experiências como mãe.

Fatores geracionais também interferem em como as midiativistas podem ser introduzidas à militância, fazendo com que ferramentas sociotécnicas sejam fatores importantes no contato de entrevistadas mais jovens com pautas feministas. Malu (*Lado M*), com 21 anos à época da entrevista, descreve que, quando tinha entre 13 e 14 anos, aproximou-se do debate sobre equidade de gênero e a descriminalização do aborto pela internet, pois estava interessada pelo tema e recorreu a buscadores e redes sociais para pesquisar mais sobre o assunto. Nessa fase, ela acompanhou a eclosão da Primavera Feminista no Brasil: “Eu lembro, por exemplo, da Chega de Fiu Fiu da *Think Olga*, que foi bastante comentada. Eu lembro que eu tinha um blog na época, que era um blog



peçoal, e eu coloquei o *banner* da campanha no meu blog” (Malu, repórter do *Lado M*, entrevistada em 19 de julho de 2021).

Analisando-se o grupo da perspectiva geracional, nota-se que, embora as condições históricas e os contextos mudem e as feministas dos anos 1970 e as de hoje não compartilhem, por exemplo, a mesma cultura midiática (JOUËT, 2018), elas parecem partilhar referências e estímulos culturais, sócio-históricos e emocionais para se engajarem na luta de gênero. As midiativistas se apoiam, independentemente da faixa etária, em dispositivos digitais para darem continuidade e ampliarem suas formas de ativismo.

Em termos de carreira, o engajamento feminista das atrizes e atores do mundo social sugere que elas buscam, no midiativismo, outras formas de recompensas profissionais, que extrapolam planos de carreira e implicam retribuições de ordem não-material (ANDRADE, 2020; ENRIQUEZ, 1990; GAIGER, 2016), recorrendo à produção de informação feminista e de gênero para, pelas experiências afetivas geradas nesse espaço, posicionarem-se frente a outras pessoas e desenvolverem relações com indivíduos que circulam pelo grupo (BERNARD, 2017), tornando-se parte do mundo pelo viés de um ativismo gerador de pertencimento.

Ademais, conjunturas estruturais de violência de gênero ou de preconceitos (raciais, de gênero, de orientação sexual) aparecem como elementos de fundo em todos os relatos obtidos nesta pesquisa, gerando nas entrevistadas revolta, tristeza e frustração, mas também desejo de partilhar suas vivências e transformar a dor em engajamento ativista ou militante. No contexto dos feminismos, o ato de denúncia ou de compartilhamento de violências outrora sofridas é uma estratégia de coletivização de experiências que afetam o grupo como um todo e geram mobilização social ativista. É a forma de expressão de uma esperança por outro tipo de mundo, outra maneira de habitar o mundo (AHMED, 2014). O sentir – raiva, acolhimento, empatia, revolta, tristeza, realização – é o que costuma levar as entrevistadas à ação feminista engajada e, posteriormente, à atuação no interior do mundo do midiativismo feminista digital.

Retornos financeiros e estratégias de sobrevivência econômica individuais

A experiência financeira das midiativistas feministas costuma vir atrelada a três categorias de representações: 1. A sensação de que a profissão de jornalista sofre uma precarização generalizada – não sendo, portanto, um cenário que acomete somente o mundo do midiativismo; 2. O sentimento de sorte e de gratidão por estarem inseridas em um ambiente de mídia engajada capaz de lhes ofertar um conjunto de direitos trabalhistas; e/ou 3. A percepção crítica do custo emocional de se lançar em carreiras de midiativismo. A forma como cada atriz ou ator se enquadra nessa categorização varia, sendo que há indivíduos que descrevem possuir identificação com mais de uma dessas dimensões.

À semelhança do que ocorre com midiativistas entrevistados(as) por Ferron (2016), quando o autor se investe na observação do mundo da mídia livre, há relatos recorrentes da precariedade e da instabilidade nas carreiras atravessando as falas das pessoas entrevistadas, em especial, as jornalistas. Há, contudo, a diferença de que alguns desses projetos (*AzMina* e *Think Olga*) parecem ter conseguido estabelecer dinâmicas de gestão interna que lhes permitem proporcionar a funcionários situações de estabilidade e/ou de renda que em outros setores do jornalismo elas não encontram.

De modo geral, as midiativistas que são remuneradas pelas mídias feministas costumam ressaltar que ganham um valor justo pelo trabalho que prestam. Elas salientam que, ao contrário de outros ambientes em que já prestaram serviços, encontram-se atualmente em posições em que não se sentem financeiramente exploradas. Essas entrevistadas reforçam a satisfação que estar inseridas nessas publicações lhes gera em termos de condições de trabalho. Uma vez que essas atrizes estão inseridas em uma lógica profissional em que jornalistas atuam, frequentemente, como *freelancers* (FERRON, 2016), a mídia que oferece a possibilidade de conceder cargos fixos em sua redação confere à equipe algum nível de segurança e conforto.

Há conjunturas e estruturas profissionais ligadas à configuração do mercado de trabalho no jornalismo que interferem em como colaboradoras de publicações engajadas se relacionam com suas carreiras de midiativistas – atento-me, em especial, para as entrevistadas que advêm do meio jornalístico, já que esses relatos tenderam a ressaltar com maior recorrência as dinâmicas salariais da profissão. Nota-se que, embora as mídias menores e engajadas costumem pagar menos, a percepção geral das atrizes do mundo social estudado é de que as mídias maiores também pagam mal e, portanto, as

entrevistadas avaliam que vale mais a pena, da perspectiva de satisfação profissional, atuar em alinhamento com alguma causa na qual acreditam (feminismos, antirracismo e/ou direitos LGBT+).

A concepção de precariedade no âmbito do jornalismo é uma constante nos discursos das entrevistadas. Essa precarização se reflete na trajetória profissional de uma parcela do grupo, levando parte dos membros a desempenhar mais de uma atividade ou conciliando a atividade de midiativismo com o “trabalho diurno” (BECKER, 1982) – que os remunera e garante seus sustentos. Para quem tem mais de um emprego, o cansaço surge nos discursos dessas entrevistadas intercalado com uma sensação de conformidade, de reafirmação do estereótipo do(a) jornalista multifuncional, ao mesmo tempo em que elas revelam ter consciência das dinâmicas mercadológicas atreladas ao neoliberalismo que exigem que elas acumulem funções para se sustentar.

Amanda, colunista de esportes d’*AzMiná* – cargo voluntário que desenvolve ao lado do trabalho de checadora de informações no programa de jornalismo satírico *Greg News* e de roteirista do *podcast da Revista Maré* – ao contar que atuava em uma assessoria de comunicação ao mesmo tempo em que também era repórter em uma redação de um jornal, afirma que “jornalista sempre tem várias profissões, vários empregos” (entrevista, 27 de agosto de 2021). O fator salarial e o estresse gerado em torno da manutenção financeira pessoal e familiar, além do excesso de trabalho, levam uma parcela das midiativistas – cerca de 10% das pessoas entrevistadas – a desistirem da profissão.

Uma parte das colaboradoras de projetos feministas entrevistadas – 11 pessoas – conduzem, em paralelo, atividades remuneradas e o trabalho voluntário para as publicações engajadas. Já as midiativistas voluntárias são, em sua maioria, jornalistas, e trabalham em outras mídias engajadas, em mídias hegemônicas – onde buscam se alocar para cobrir a pauta de gênero – ou atuam na área de comunicação como assessoras de imprensa. Elas mantêm o voluntariado porque a atuação ativista lhes gera satisfação pessoal e reconhecimento profissional, já que elas ganham visibilidade no âmbito midiático ao comporem as equipes de projetos feministas.

Embora o fator financeiro seja transversal em suas rotinas e falas, as midiativistas parecem relutar para admitir, por vezes até para si mesmas, a relevância desse elemento em suas vidas. Tais posturas reforçam o estereótipo de que a militância deve ser uma

atividade motivada essencialmente pela paixão – sem retornos remuneratórios (SOUZA, 2016). Por isso, de certa forma, surpreende a honestidade de Bárbara (*Think Olga*), que atuou como assistente administrativa na *Think Olga*, a respeito do que lhe gerava mais satisfação no trabalho: “Em todo o trabalho, no final das contas, o que a gente quer ver é o salário na conta. Trabalhar com uma causa não é diferente disso. É um trabalho, como qualquer outro” (entrevista, 30 de julho de 2021).

Constatou-se que, embora as lacunas legislativas em torno da não regulamentação da profissão de jornalista fragilizem a categoria de modo geral, no contexto da mídia engajada, foram observadas situações em que publicações midiativistas pagam melhores salários e garantem às equipes melhores condições de trabalho do que mídias tradicionais. Marília, atual diretora operacional e de tecnologia da revista *AzMina*, conta (entrevista, 18 de agosto de 2021) que já foi repórter em jornais de renome da mídia hegemônica de Salvador (Bahia), cobrindo principalmente cultura, mas também política e cidades. Contudo, ela era mal remunerada, ganhando pouco mais de um salário mínimo⁵ – que, em agosto de 2023, equivale a R\$ 1.320.

De acordo com a jornalista, a entrada n’*AzMina* foi um marco que “transformou o núcleo familiar”, porque é o emprego de melhor remuneração que ela já teve. A partir do momento em que entrou para a revista, mesmo que ainda não seja um trabalho capaz de assegurar por completo direitos trabalhistas – ela é micro-empresendedora individual, forma de contratação de colaboradoras que a publicação ainda busca condições financeiras de reverter –, a jornalista passou a ter um salário que ela chama de digno.

AzMina tem uma coisa bem simbólica. Logo que eu entrei, no final do ano passado, elas falaram que a gente teria um regalinho, uma sessão de massagem. Era só pedir o reembolso. Seria presente de fim de ano. Foi a primeira vez que eu fiz uma massagem em mim. Eu fiquei pensando: “Vou pagar para minha mãe e para minha irmã também. Vou dar de presente de Natal isso. Vai ser uma sessão de massagem para nós três”. A minha mãe, também foi a primeira vez dela, e ela tem 57 anos. Ela, super emocionada, disse: “Nunca fui tocada dessa forma, nunca me proporcionei isso”. Minha mãe foi uma mulher que sempre trabalhou, a vida inteira. Ela é enfermeira, também foi formada pela Universidade Federal da Bahia. É uma mulher que está prestes a se aposentar, mas, enfim, com o desemprego, na faixa dos 50, não concluiu o tempo de

⁵ Segundo o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) do país, o salário mínimo do Brasil é cinco vezes menor do que a quantidade necessária para suprir alimentação, moradia, saúde, educação, vestuário, higiene, transporte, lazer e previdência para uma família de quatro pessoas. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/analisecestabasica/salarioMinimo.html>. Acesso em: 15 de junho de 2023.

serviço e, por consequência, o tempo de se aposentar. Enfim, minha mãe trabalhou a vida toda, viveu em função da família e tinha o dinheiro dela. Ela não tinha subempregos. Eram empregos de nível superior. Mas ela nunca tinha se proporcionado isso, por uma série de questões estruturais também, inclusive de para onde esse dinheiro vai, para que você trabalha. Você trabalha para crescer, para sua família, para servir sua casa e para cuidar de você, no máximo, para fazer unha, para fazer cabelo, para ficar apresentável para o trabalho. Mas não para você. Então a experiência da *AzMina* foi metafórica, de como um trabalho pode desencadear tantas outras coisas na vida de uma pessoa. E eu estou falando de uma coisa simbólica, sem nem pensar na renda, no sustento da casa. Eu sustento a minha casa. Eu sou bem melhor remunerada do que qualquer outro emprego que eu tivesse aqui, em Salvador. (Marília, entrevista, 18 de agosto de 2021)

As vantagens salariais que publicações midiativistas podem oferecer frente a outras atividades midiáticas no Brasil, contudo, não eliminam o sentimento de incômodo das entrevistadas com relação à falta de estabilidade nas carreiras atrelada a cenários de instabilidade política e econômica do país. Ainda assim, percebe-se que jornalistas de mídias alternativas, uma vez confrontadas(os) a mecanismos de ordem econômica e organizacional, procuram se estruturar de modo a basear a sua profissionalização em uma estrutura que seja convergente com os princípios políticos que carregam (HUBÉ, 2010). Apesar dos custos financeiros, a escolha pelo midiativismo tende a valer a pena para a maioria das pessoas entrevistadas, em decorrência da satisfação pessoal que a ação militante e a atuação coletiva acarretam na rotina do grupo.

Violências e ataques contra as midiativistas e seus desdobramentos

A inserção no mundo do midiativismo feminista expõe suas colaboradoras a situações de violências em diversos níveis – sejam violências públicas, ainda que em nível simbólico, nos âmbitos digitais e físicos, e/ou violências organizacionais sofridas dentro das redações, de caráter hierárquico, estatutário, econômico, relacional, ligado à carreira, gênero, orientação sexual, origem ou deficiência (LE CAM, PEREIRA & RUELLAN, 2021) – e a potenciais ataques advindos de grupos antifeministas e/ou tradicionalistas que se opõem às pautas de direitos das mulheres e de pessoas feminilizadas levantadas pelos feminismos. Essas dinâmicas têm desdobramentos emocionais, em que a intimidação e o medo funcionam como sentimentos de base para a tentativa de propagação de relações de dominação por parte de atores e de estruturas sociais que buscam limitar o alcance de produções em prol de equidade de gênero.

Decorrem das situações de ameaças, agressões e assédios, um conjunto de formatos mais recorrentes de violências: cibersexismo, *gaslighting* – prática em que, em uma interação ou em relações afetivas, um indivíduo deslegitima o que é dito pela vítima, fazendo ela duvidar de suas percepções da realidade –, assédio moral, ataques à comunidade LGBTQ+ e embates na família e em círculos de convívio.

Os ataques digitais são o formato de violência mais recorrente entre o grupo de pessoas entrevistadas: mais da metade das midiativistas descreveram diretamente ter enfrentado algum tipo de ciberviolência em decorrência de sua atuação em torno da produção de conteúdo feminista. As propriedades tecno-semióticas de ferramentas de mídias sociais – concisão de enunciados, circulação simultânea de textos e imagens e uso de *hashtags* – são um terreno fértil para impulsionar controvérsias relativas ao debate de gênero, já que essas ferramentas são propensas a produzir entidades discursivas polêmicas e reafirmam a ausência de consenso possível entre duas posições inconciliáveis (JULLIARD, 2016).

No caso do grupo de midiativistas entrevistado, geralmente, as agressões consistem em comentários e mensagens privadas recebidos por e-mail, mídias sociais ou nos sites das publicações feministas – o que é mais raro, já que esses projetos costumam ter políticas de combate a discursos de ódio capazes de blindar significativamente as equipes, segundo as próprias entrevistadas. Tal dinâmica não ocorre só com as colaboradoras de forma individual, mas as próprias estruturas institucionais das publicações de midiativismo feminista também recebem ataques via sites e mídias sociais, além de sofrerem ataques *hackers* regulares (ou quando são abordados assuntos de caráter mais sensível no debate público, como o direito ao aborto).

As midiativistas recorrem à adoção de estratégias de humor como arma militante (BREDA, 2022), apropriando-se de respostas lúdicas como contra-discurso ante grupos antifeministas. Há situações de ataque, porém, em que a formulação de táticas de defesa não é suficiente para acalmar ou gerar sensação de segurança às vítimas. Uma entrevistada – Amanda (*AzMina*) – trouxe relatos pessoais de ocorrências de assédio que envolveram ameaças de morte. Há elementos socioculturais que explicam por que perfis de midiativistas como ela são mais visados, sofrendo perseguições digitais mais violentas.

Amanda, que é colunista d'*AzMina*, ganha destaque e chama atenção de grupos antifeministas por ser jornalista de esportes. Ao cobrir uma editoria culturalmente mais voltada para o público masculino, ela se vê exposta a constantes manifestações de *haters*. A experiência da repórter salienta que ainda perdura a resistência à aceitação social de mulheres que se lançam a desenvolver atividades tradicionalmente vistas como masculinas – como é o caso da cobertura de pautas esportivas, em especial, de futebol.

O caráter preconceituoso dos ataques não se restringe à pauta de gênero e as violências costumam se intensificar quando há outros elementos que associam a vítima a grupos socialmente minoritários, como negros e pessoas com deficiência. Leandra, colunista d'*AzMina* que é uma mulher com deficiência e escreve sobre os direitos dessas, teve uma *live* invadida por *haters* quando ia fazer uma apresentação sobre a doença óssea genética da qual é portadora. Da mesma forma que o racismo estrutural se reflete de maneira agressiva nas experiências de midiativistas negras, como Cris, colunista d'*AzMina* e apresentadora de televisão, que sofreu fortes ataques digitais após publicar foto dela mesma se engajando em uma campanha como feminista negra. Sua imagem viralizou e ela enfrentou não só ataques misóginos, mas também racistas.

Eu fiz uma campanha que era uma foto minha com um cartaz escrito “Meu nome não é morena. Meu nome é Cris Guterres”. Na época, essa foto gerou um ataque virtual. A própria foto foi compartilhada mais de 200 mil vezes. Tinha compartilhamentos que tinham cinco ou seis mil recompartilhamentos. Fugiu do controle! As pessoas faziam, na época, fotos me zoando. Era uma foto que eu fiz que tinha um texto junto, que eu falava sobre intersecção do racismo com o machismo, de como as pessoas me chamavam de morena e invalidavam a minha existência e me objetificavam nesse lugar. É uma “morena” exótico, sexual, desejada. Foi muito difícil para mim. Foi absurdo! Na hora que eu postei, cinco minutos depois, já tinha 300 compartilhamentos. Isso há quatro ou cinco anos, era algo muito viral. (...) Foi algo bem brutal! (entrevista, 3 de setembro de 2021)

Os danos emocionais dessas violências se refletem no modo como as midiativistas que as sofrem reorganizam suas rotinas. Cris afirma que, quando se deu esse episódio em específico, sequer saía de casa, pois tinha medo de ser reconhecida e agredida na rua, além do sentimento de vergonha e da sensação de exposição. Embora tenha mantido seus perfis em redes sociais, deixou de publicar conteúdos e procurou se manter afastada da internet por um período.

Midiativistas que passam por esse tipo de violência costumam buscar suporte jurídico para contornar as situações – como fizeram Amanda e Cris, por exemplo –, mas

acabam por avaliar que os ganhos financeiros tendem a não compensar diante do desgaste emocional dos processos judiciais que enfrentariam. Somado a isso, a vergonha, acompanhada de variantes afetivas como humilhação, embaraço, falta de confiança e baixa autoestima, que formam o núcleo compreensivo da cultura emocional no social (KOURY, 2018), influem nos comportamentos e formas de se posicionar no mundo que as vítimas passam a adotar após os ataques. Elas tendem a reduzir a quantidade de engajamentos que realizam em mídias sociais e passam até a questionar suas carreiras e os rumos de suas trajetórias profissionais.

Vale destacar ainda o fato de que as mulheres que contam que não sofreram violências que elas chamam de “mais graves” – ou seja, que provocam traumas físicos e/ou psicológicos –, se consideram com sorte. Esse elemento das entrevistas evidencia a dimensão micropolítica das emoções. Em um contexto em que a relação entre humilhação e gênero é mobilizada regularmente para atacar e enfraquecer a militância política e o ativismo digital de atrizes e atores que compõem o mundo social estudado, perceber-se como “não-vítima” evoca a sensação de alívio e estar nessa posição faz a pessoa ter a impressão de ser alguém privilegiado.

Em suma, o ciber-assédio sofrido pelas midiativistas feministas costuma estar atrelado a alguns fatores-chave que atuam como impulsionadores das proporções dos ataques. Os de maior destaque nas narrativas das entrevistadas são: momento político (como eleições ou a proeminência de algum debate relacionado à gênero no âmbito internacional); identificação étnico-racial, cultural ou de orientação sexual (o fato da pessoa se reivindicar negra e/ou LGBTQ+, por exemplo); e a ocorrência de menção de nome de atriz/ator ou de publicação feminista em canais de extrema-direita ou em projetos de maior alcance que as mídias pesquisadas – inclusive em outros canais midiativistas.

A circularidade do conteúdo e do debate em torno de questões levantadas pelos projetos feministas é determinante para a continuidade dos ataques. Conforme as informações publicizadas pelas midiativistas param de circular na internet, as agressões também tendem a diminuir. Da mesma forma, as publicações mais visadas por propagadores de discurso de ódio são as que possuem maior projeção nas conjunturas nacionais. As controvérsias altamente mediatizadas têm o caráter singular de poderem ser dirigidas a diferentes públicos, dependendo da mídia e dos públicos visados, o que

significa que o conflito pode ser enquadrado de diferentes maneiras (CERVULLE & JULLIARD, 2018), fazendo as polêmicas ganharem destaque em determinados meios e com foco em audiências específicas.

Em termos de violências, observa-se nos depoimentos de mais de um terço das midiativistas relatos de abusos psicológicos praticados por homens em diferentes formas e espaços (digitais ou físicos) contra as entrevistadas. Ao se analisar os processos de violências enfrentados pelo grupo, pode-se ressaltar o fato de as midiativistas sofrerem rotineiramente agressões verbais que buscam ofendê-las por meio do realce de características físicas (são chamadas de feias, gordas, velhas ou têm elementos de seus corpos ou rostos particularmente destacados como alvos de críticas); assim como vivenciam agressões verbais cuja estratégia é ofender através da utilização de xingamentos associados ao comportamento sexual passivo (putas, vadia, vagabunda), em uma delimitação de espaços em que devem operar homens e mulheres, reforçando a posição masculina de dominante (ZANELLO & GOMES, 2011).

Em uma dinâmica em que os mecanismos de funcionamento do ambiente digital possibilitam a propagação e o impulsionamento de discursos de ódio, constata-se que os ataques pela via dos insultos nas mídias sociais são rotineiros e parecem ser encorajados pelo relativo anonimato dos atores que os encabeçam (JULLIARD, 2016). O destaque que as midiativistas ganham em suas militâncias e atuações profissionais faz de seus corpos alvos de ataques nas redes e, quanto mais voz e espaço elas conquistam, mais intensas se tornam as perseguições *on-line*.

De maneira mais velada, elas também passam por situações em que têm questionadas as suas capacidades intelectuais e psíquicas. Isso se dá em diferentes níveis. Desde eventos em que não são ouvidas ou levadas a sério até episódios em que a sanidade ou as aptidões das profissionais são postas em dúvida (são chamadas de loucas, burras, despreparadas), como ocorre frequentemente com Vanessa (repórter do *Lado M*), que mantém um site sobre cinema e produções de mulheres onde costuma receber mensagens de homens que alegam que ela e as colegas não estariam aptas para analisar determinados filmes e/ou séries: “Esse é um clássico: ‘Vocês não entendem nada!’. Eles fazem parecer que você não entendeu porque você é mulher e por isso não tem referências” (entrevista, 19 de julho de 2021).

Finalmente, as midiativistas também lidam de maneira habitual com discursos sexistas que afirmam que elas fazem ativismo e informação feminista por não estarem amorosa ou sexualmente envolvidas com homens. A reafirmação de posicionamentos androcêntricos aparece como tática de grupos e indivíduos antifeministas para tentar intimidar a ação dessas midiativistas, recorrendo à humilhação de gênero e buscando retomar ideias de posições hierárquicas de poder entre homens e mulheres.

O combate a violências sexistas sofridas por midiativistas em decorrência de suas atuações profissionais nesse mundo social se dá pautado em duas linhas estratégias: a formulação pelas equipes das publicações feministas de sistemáticas e medidas de combate ao cibersexismo e outras formas de violência contra as colaboradoras; e táticas individuais adotadas pelas entrevistadas em suas rotinas e cotidianos para se proteger de possíveis agressões, auxiliadas por redes de apoio construídas em espaços de interação e engajamento feminista.

Da parte da coordenação dos projetos feministas, existem esforços para blindar as equipes de ataques, em especial, no ambiente digital, onde circulam essencialmente as informações produzidas no mundo social. Todas as publicações sofrem ataques *hackers* periódicos, com os quais as lideranças e membros dos grupos responsáveis por atividades relativas à tecnologia da informação lidam mais diretamente, repassando para as colegas orientações sobre posturas e procedimentos protetivos a serem adotados por todas – a fim de otimizar a proteção de senhas e de acesso aos espaços de trabalho digitais compartilhados pelas profissionais.

As entrevistadas que mencionam essas medidas anti-cibersexismo reforçam que se sentem protegidas pelas estratégias de blindagem implementadas pelos projetos estudados. A moderação de comentários e o fato de repórteres e colunistas não precisarem ver nem ter contato de maneira assídua com xingamentos e mensagens agressivas provoca nelas as sensações de alívio. Essas atrizes e atores, em sua maioria, preferem não ver os ataques feitos aos seus trabalhos ou a elas próprias.

Para evitar que *haters* e agressões de caráter antifeminista alcancem também seus espaços privados, como perfis pessoais em mídias sociais, as midiativistas elaboram estratégias próprias de defesa. Não mencionar diretamente que trabalham com feminismo

é uma delas⁶. É o que faz Paula (entrevistada em 13 de agosto de 2021), da *Think Olga*: para se resguardar de ataques, ela costuma se identificar como uma profissional que atua em ONGs e no terceiro setor, sem citar diretamente sua relação profissional com um projeto feminista. Já Rayana, da equipe de captação financeira d’*AzMina*, explica (entrevista, 28 de julho de 2021) que, em ambientes que considera menos acolhedores para o debate de gênero, evita usar o termo “feminismo”, mesmo que converse com as pessoas sobre equidade e apresente suas posições em prol dos direitos das mulheres.

Manter perfis restritos em redes sociais – em vez de públicos – é também uma tática a qual parte das midiativistas recorrem, em especial quando se trata de membros das equipes de apoio e lideranças dos grupos, que estão em contato mais regularmente com conteúdos violentos e tentativas de ataques. Outra tática a qual esses indivíduos recorrem é buscar não ter contato ou simplesmente ignorar os ataques que recebem.

Posturas de autopreservação e de não-retroalimentação de mecanismos de violência são usadas por entrevistadas como um recurso de combate a ataques sexistas e também como uma forma de evitar a intensificação de sentimentos de raiva, humilhação, frustração e estresse desencadeados por assédios e agressões de gênero contra profissionais que trabalham com pautas de direitos de mulheres e de pessoas feminilizadas, permitindo a continuidade dos esforços de ativismo digital e militância feminista do grupo.

Observa-se que os desdobramentos emocionais que emergem dessas vivências de violências articulam sentimentos e ações de medo e de intimidação frente aos ataques, mas também de firmeza e de determinação na continuidade da militância. As colaboradoras enfrentam a sensação de desgaste psíquico em decorrência da constância de agressões psicológicas, mas, no geral, a identificação, em termos de identidade e pertencimento, que encontram com o grupo e com as pautas feministas e de gênero, faz com que permaneçam no mundo social.

Enfrentar as violências antifeministas, além de provocar choque, cansaço e desgosto, é uma experiência que desperta no coletivo sentimentos de comoção e de

⁶ É preciso notar, contudo, que essa tática, em algum nível, também resulta em uma forma de silenciamento de vozes feministas.

coesão, em uma lógica que fundamenta a sociabilidade do grupo e faz seus membros instituírem um espaço social, político, moral e emocional partilhado (ANDRADE, 2020). O compartilhamento de um projeto comum inclui e é amplificado pela união das midiativistas no combate a elementos socioestruturais machistas que as afetam coletivamente, de modo que as violências se revertem em componentes que fomentam a ação de produção de conteúdo feminista engajado.

Do individual para o coletivo: a trajetória de uma fala por outras

A experiência etnográfica e o contato com membros do mundo social do midiativismo feminista por entrevistas reforça o entendimento de que as formas de organização do movimento feminista levam histórias individuais a se tornarem elementos de base para representar uma dimensão mais coletiva desse espaço. Mesmo que as trajetórias pessoais e profissionais de midiativistas transcorram por caminhos diferentes, há uma gama de fatores comuns que fazem com que essas atrizes e atores se insiram no mundo estudado, em uma convergência de narrativas.

Para as jornalistas, enquanto o exercício profissional em uma mídia hegemônica causa frustração e a sensação de falta de escuta (e de não escuta) ou de não ter suas opiniões levadas em consideração, provocando distanciamento e uma falta de identificação com o modelo da imprensa convencional (ANDRADE, 2020), a inserção no universo do midiativismo mobiliza expressões afetivas de pertencimento, esperança e satisfação. Indivíduos advindos de outras áreas de atuação também relatam encontrar nesse espaço uma rede de acolhimento mais estreita que lhes possibilita sentir maior satisfação profissional ao desenvolverem suas atividades profissionais. Nota-se que pessoas inseridas no contexto do mundo do midiativismo feminista, mesmo que se desvinculem desse em algum momento, não voltam a atuar em espaços profissionais mais tradicionais no âmbito de suas respectivas áreas de atuação.

Em síntese, assumindo-se que as entrevistadas produzem tópicos narrativos controlados de si mesmas e que o que se conhece das pessoas é aquilo que elas querem deixar aflorar (GRANJON & DENOUEL, 2010), a partir da análise das trajetórias como eixo organizador do agir social das pessoas que compõem o mundo do midiativismo

feminista, identifica-se que o desenvolvimento de uma identidade coletiva entre o grupo e a sensação de pertencimento fomentam a militância de atrizes e atores e dão continuidade ao espaço que elas partilham não só como ambiente de trabalho, mas também como rede de apoio e de interações que as fazem ter esperança no potencial transformador que elas encontram em seus próprios afetos.

Referências

- ADICHIE, C. N. **Sejamos todos feministas**. Tradução: Christina Baum. 1er édition ed. [s.l.] Companhia das Letras, 2014.
- AHMED, S. **The Cultural Politics of Emotion**. [s.l.] Edinburgh University Press, 2014.
- ANDRADE, S. A. DE. **Comovidos : engajamentos e emoções na Mídia NINJA**. Brasília: Universidade de Brasília, 11 mar. 2020.
- BECKER, H. S. **Outsiders: Studies In The Sociology Of Deviance**. New York, NY: [s.n.].
- BECKER, H. S. **Art Worlds**. Berkeley: University of California Press, 1982.
- BERNARD, J. **La Concurrence des sentiments: Une sociologie des émotions**. Paris: METAILIE, 2017.
- BREDA, H. **Les féminismes à l'ère d'Internet: Lutter entre anciens et nouveaux espaces médiatiques**. 1er édition ed. Bry-sur-Marne: Institut National de l'Audiovisuel, 2022.
- CERVULLE, M.; JULLIARD, V. Le genre des controverses : approches féministes et queer. **Questions de communication**, v. 33, n. 1, p. 7–22, 2018.
- ENRIQUEZ, E. **Da Horda ao Estado. Psicanalise do Vinculo Social**. [s.l.] Zahar, 1990.
- FERRON, B. **Le petit monde des « médias libres » : trajectoires militantes et (ré)investissements professionnels (France, 1999-2016)**. Groupe ComPol - Journée d'étude - Sociologie politique : la communication médiatique des mouvements sociaux. **Anais...** Paris: Université Paris-Est Créteil Val de Marne - Université Paris 12, 2016b.
- FERRON, B.; GUEVARA, E. Sociología política de la “Comunicación para el Cambio Social”: pistas para un cambio de enfoque. **Commons: revista de comunicación y ciudadanía digital**, v. 6, n. 1, p. 45–62, 2017.
- FREITAS, V. G. **Feminismos na Imprensa Alternativa Brasileira: Quatro Décadas de Lutas por Direitos**. 1ª edição ed. Jundiaí, SP: Paco Editorial, 2018.
- GAIGER, L. I. G. **A descoberta dos vínculos sociais. Os fundamentos da solidariedade**. Sao Leopoldo, Rio Grande do Sul, Brasil: Ediciones Unisinos, 2016.
- GRANJON, F.; DENOÛËL, J. Exposition de soi et reconnaissance de singularités subjectives sur les sites de réseaux sociaux. **Sociologie**, v. 1, n. 1, p. 25–43, 2010.



GROHMANN, R. A Noção de Engajamento: sentidos e armadilhas para a pesquisa em comunicação. **Revista FAMECOS**, v. 25, n. 3, p. ID29387–ID29387, 23 ago. 2018.

GUEVARA, E. Efficacité de l'implicite et de l'équivoque dans la construction des récits mobilisateurs : le cas des militants pour la cause des médias en Amérique latine. **Argumentation et Analyse du Discours**, n. 14, 9 abr. 2015.

HOLLANDA, H. B. DE. **Explosão feminista: Arte, cultura, política e universidade**. 1ª edição ed. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2019.

HUBÉ, N. La “professionnalisation” sous contrainte de la presse alternative. Em: **Journalistes engagés**. Rennes: Presses Universitaires Rennes, 2010. p. 91–107.

JOUËT, J. Digital feminism: Questioning the renewal of activism. **Journal of Research in Gender Studies**, v. 8, 28 abr. 2018.

JOUËT, J. **Numérique, féminisme et société**. Paris: Ecole des Mines, 2022.

JULLIARD, V. #Theoriedugenre : comment débat-on du genre sur Twitter ?. **Questions de communication**, v. 30, n. 2, p. 135–157, 2016.

KOURY, M. G. P. **Uma comunidade de afetos: etnografia sobre uma rua de um bairro popular na perspectiva da antropologia das emoções**. 1ª edição ed. Curitiba, PR: Appris Editora, 2018.

LE CAM, F.; PEREIRA, F. H.; RUELLAN, D. Violences publiques envers les journalistes et les médias : Introduction. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**, v. 10, n. 1, p. 6–9, 15 jun. 2021.

LIMA, S.; MICK, J.; NICOLETTI, J. **Perfil do Jornalista Brasileiro**. Florianópolis, SC: Quorum Comunicações, 2022.

SOUZA, A. DE M. P. DE. **Modulações militantes por uma vida não fascista**. [s.l.] Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 15 fev. 2016.

ZANELLO, V.; GOMES, T. Xingamentos masculinos: a falência da virilidade e da produtividade. **Caderno Espaço Feminino**, 1 jan. 2011.