

# A construção da credibilidade jornalística da *Revista AzMina* como mídia radical ativista

Bárbara Pereira Libório<sup>1</sup>

## Resumo

Este ensaio acadêmico investiga o processo de estabelecimento da credibilidade jornalística da *Revista AzMina*, publicação fundada em 2015 com o propósito de abordar questões relacionadas ao gênero no contexto do crescimento do jornalismo independente e ativista. Ao examinar teóricos como Downing (2002), Guerra (1999), Miguel e Biroli (2010) e De Souza Prudêncio e Batalha (2020) para discutir os conceitos de imparcialidade no jornalismo, especialmente no contexto do jornalismo ativista, descrevemos e analisamos o processo da *Revista AzMina* na implementação dos critérios de credibilidade estabelecidos pelo *Trust Project*, um consórcio internacional que promove padrões de transparência na área jornalística, assim como a adesão ao selo que atesta sua credibilidade.

Palavras-chave: Mídia radical ativista. Credibilidade do jornalismo ativista. *Revista AzMina*.

19

## The construction of journalistic credibility of *Revista AzMina* as a radical activist media

### Abstract

This academic essay investigates the process of establishing the journalistic credibility of *Revista AzMina*, a publication founded in 2015 with the purpose of addressing gender-related issues within the context of independent and activist journalism growth. By examining theorists such as Downing (2002), Guerra (1999), Miguel and Biroli (2010), and De Souza Prudencio and Batalha (2020) to discuss the concepts of impartiality in journalism, especially in the context of activist journalism, we describe and analyze the process of *Revista AzMina* in implementing the credibility criteria established by the *Trust Project*, an international consortium that promotes transparency standards in the field of journalism, as well as the adherence to the seal that attests to its credibility.

Keywords: Radical activist media. Credibility of activist journalism. *AzMina Magazine*.

---

<sup>1</sup> Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Mídias Criativas da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGMC/ECO/UFRJ). Rio de Janeiro (RJ). Brasil. E-mail: [barbara.liborio@gmail.com](mailto:barbara.liborio@gmail.com).

## Introdução

Quando a Revista *AzMina* surgiu, em agosto de 2015, e grandes veículos de comunicação ainda estampavam manchetes que chamavam de “crimes passionais motivados por ciúmes” os feminicídios, parecia óbvia a urgência da criação de um veículo de imprensa que cobrisse eventos jornalísticos sob a ótica das mulheres. Cinco anos antes, a etnografia de Veiga da Silva (2010) discutia como o jornalismo já era, sim, constituído de gênero — o masculino — em suas concepções e seus procedimentos.

As características pessoais e os atributos de gênero tanto dos jornalistas quanto das notícias a eles associadas davam pistas de que os valores culturais, pessoais e profissionais praticamente sempre trabalhavam e serviam de pano de fundo em grande parte das escolhas no processo de produção das notícias. Em minhas observações, ao longo do tempo, ia ficando cada vez mais claro que gênero era constituinte não só das pessoas, mas também das notícias e da própria organização, uma vez que todo o processo produtivo, assim como a empresa, possuía uma hierarquia cujo topo — valor, poder, prestígio — era ocupado pelos atributos de gênero convencionalmente associados ao masculino (VEIGA DA SILVA, 2010, p. 264).

Ao desafiar essa lógica, a *Revista AzMina* encarou desde sempre o rótulo de *mídia alternativa* e também *ativista*, tendo lidado com seus desafios e também oportunidades. John Downing (2002, p. 16), em seu trabalho *Mídia Radical*, nomeia de mídia radical ativista aquela que “tem a missão não apenas de fornecer ao público os fatos que lhe são negados, mas também [de] pesquisar novas formas de desenvolver uma perspectiva de questionamento do processo hegemônico”. Para o autor, geralmente de pequena escala e nas mais diversas formas, elas expressam uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas. Downing (2002), que entende por mídia radical não só as atividades que utilizam veículos de comunicação tradicionais, mas também a arte, explica ainda que, historicamente, a atividade de mulheres como romancistas foi uma das formas mais significativas de ativismo radical da mídia, embora muitas vezes não seja reconhecida como tal.

Seja no Japão ou no Ocidente, as mulheres têm sido excepcionalmente proeminentes a esse respeito. Além de seu sucesso em quebrar o silêncio historicamente imposto pelo patriarcado, especialmente dentro da esfera

pública moderna, o conteúdo do que elas escreveram muitas vezes subverteu o patriarcado (DOWNING, 2002, p. 151, tradução nossa)<sup>2</sup>.

Quando passei a fazer parte da equipe da *Revista AzMina*, no início de 2020, já figurávamos como o principal veículo dessa “mídia radical ativista” na cobertura dos temas de gênero, fazendo justamente o que Downing menciona: conteúdo que subverte a lógica patriarcal. Eu, à época uma jornalista especializada em jornalismo de dados, já havia trabalhado em outros veículos de jornalismo independente — aqueles sem vinculação econômica ou editorial a grandes grupos empresariais, em uma perspectiva de contraposição à mídia convencional (LIMA, 2013). Ainda assim, mesmo nesses veículos havia uma excessiva preocupação e busca por um dos famigerados — e mais questionáveis — deveres do jornalismo tradicional, teoricamente basilar à construção de credibilidade jornalística: a imparcialidade ou neutralidade, do qual falaremos mais adiante. Era a primeira vez que me deparava com o jornalismo que estava abertamente ligado a causas sociais e, portanto, tinha valores–notícias<sup>3</sup> diferentes de outros meios maiores e convencionais. No caso de *AzMina*, essa causa é o enfrentamento às desigualdades e opressões de gênero sempre por meio da informação de qualidade, independente e por uma lógica decolonial. Para Lugones (2015, p. 939), gênero é uma categoria colonial moderna e está ligada “não apenas à classificação de povos em termos decolonialidade de poder e de gênero, mas também [a]o processo de redução ativa das pessoas, a desumanização que as torna aptas para a classificação”.

A consequência semântica da colonialidade do gênero é que “mulher colonizada” é uma categoria vazia: nenhuma mulher é colonizada; nenhuma fêmea colonizada é mulher. Assim, a resposta colonial a Sojourner Truth é, obviamente, “não”. Diferentemente da colonização, a colonialidade do gênero ainda está conosco; é o que permanece na intersecção de gênero/classe/raça como construtos centrais do sistema de poder capitalista mundial. Pensar sobre a colonialidade do gênero permite-nos pensar em seres históricos compreendidos como oprimidos apenas de forma unilateral (LUGONES, 2015, p. 939).

---

<sup>2</sup> No original: “Whether in Japan or the West, women have been exceptionally prominent in this regard. Beyond their success in breaking the silence historically imposed by patriarchy, especially within the modern public sphere, the content of what they wrote often subverted patriarchy”.

<sup>3</sup> Valores–notícias são critérios para selecionar, do material disponível para a redação, os elementos dignos de serem incluídos no produto final. Funcionam também como linhas guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser enfatizado, o que deve ser omitido, o que tem prioridade (WOLF, 2003).

Segundo Fraser Bond (1962), os principais deveres do jornalismo são independência, imparcialidade, exatidão, honestidade, responsabilidade e decência. É muito claro desde sua fundação que os valores da *Revista AzMina* estão muito próximos a esses. Ainda assim, as dúvidas sobre a imparcialidade de uma mídia radical ativista tornaram a construção da credibilidade jornalística da revista um caminho longo, que culminou em 2023 na adesão a um consórcio internacional de organizações de notícias que promovem padrões de transparência e credibilidade no jornalismo, o *Trust Project*. Ao tornar-se o primeiro veículo feminista no mundo a integrar o consórcio, a *Revista AzMina* passou a estampar em seu site um selo que confirma que o veículo passou por um logo escrutínio na implementação de todos esses indicadores — textuais, visuais e tecnológicos — e está, portanto, comprometido com o jornalismo de qualidade.

Este ensaio conta justamente sobre esse caminho, iniciando-se com a discussão sobre o contexto de ativismo e ciberfeminismo que contempla o surgimento da *Revista AzMina*, revisitando teóricos como Castells (2013) e Ana de Miguel e Montserrat Boix (2013); passando pela discussão da neutralidade ou imparcialidade no jornalismo — especialmente o ativista —, com a qual contribuíram Guerra (1999), Miguel e Biroli (2010) e De Souza Prudencio e Batalha (2020); e terminando na descrição e análise do processo de implementação dos indicadores do *Trust Project* na revista, processo que coordenei entre os anos de 2021 e 2023 como gerente de jornalismo, antes de tornar-me diretora de conteúdo<sup>4</sup>, e que foi essencial para responder à audiência, aos financiadores e ao público-geral se um veículo feminista pode fazer, de fato, jornalismo.

### **O ciberfeminismo e o surgimento da Revista *AzMina***

Resumidamente, podemos definir o ciberativismo como o uso de Tecnologias de Comunicação da Internet (TICs) por ativistas para a mobilização por causas sociais e políticas. Araújo et al. (2012) entendem o ativismo como fenômeno social imanente à internet. Tudo começa no surgimento da web, no espaço de elaboração da internet, onde o ciberativismo surge como forma de disputa tecnosocial, tencionando a internet a evoluir para uma tecnologia não proprietária. Depois, há o pré-web, quando a internet representava

---

<sup>4</sup> Importante frisar que o disposto neste texto reflete meus estudos, minhas vivências e opiniões pessoais. Não é ou precisa ser, portanto, a visão oficial da *Revista AzMina* como instituição ou ainda das codiretoras da organização.

apenas um ambiente comunicativo baseado em troca de mensagens de texto. Acontece então sua popularização, quando surgem os primeiros sites de apoio a causas ativistas, protestos organizados pela rede e coberturas alternativas. E, por fim, chegamos à web 2.0, com o surgimento de novas ferramentas que ampliam o caráter interativo, como as tecnologias móveis que facilitam as formas de organização de movimentos através da rede.

Nas primeiras décadas do século XXI, com movimentos sociais internacionais como o 15-M na Espanha, a Primavera Árabe em diferentes países orientais, e o *Occupy Wall Street* nos Estados Unidos, assistimos a um impulsionamento do ciberativismo, com estratégias de convocação, planejamento e também cobertura dos protestos via redes sociais e meios não tradicionais.

Embora os movimentos tenham em geral sua base no espaço urbano, mediante ocupações e manifestações de rua, sua existência contínua tem lugar no espaço livre da internet. Por serem uma rede de redes, eles podem dar-se ao luxo de não ter um centro identificável, mas ainda assim garantir as funções de coordenação, e também de deliberação, pelo interrelacionamento de múltiplos núcleos. [...] Esse híbrido de cibernética e espaço urbano constitui um terceiro espaço, a que dou o nome de espaço da autonomia, porque só se pode garantir autonomia pela capacidade de se organizar no espaço livre das redes de comunicação; mas, ao mesmo tempo, ela pode ser exercida como força transformadora, desafiando a ordem institucional disciplinar, ao reclamar o espaço da cidade para seus cidadãos. [...] O espaço da autonomia é a nova forma espacial dos movimentos sociais em rede. Os movimentos são simultaneamente locais e globais (CASTELLS, 2013, p. 128-129).

No Brasil, essa movimentação tornou-se ainda mais nítida quando, neste contexto de movimento em rede, de ciberativismo e midialivrismo<sup>5</sup>, e também de redução de custos de operacionalização e mobilização, surgem iniciativas como a *Mídia Ninja* (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), canal de comunicação nascido dentro do movimento social Fora do Eixo — uma rede de indivíduos ligados a questões e coletivos culturais em mais de duzentas cidades do Brasil — e um dos principais atores na cobertura dos eventos da Jornada de Junho (de 2013)<sup>6</sup>. O uso simples de câmeras, celulares e notebooks possibilitou a transmissão em tempo real de cenas de violência policial e outras violações

<sup>5</sup> Segundo Malini e Antoun (2013), o midialivrista é o sujeito que produz, continuamente, narrativas sobre acontecimentos sociais que destoam das visões editadas pelos jornais, canais de TV e emissoras de rádio de grandes conglomerados de comunicação.

<sup>6</sup> As Jornadas de Junho foi como ficou conhecida a série de protestos contra o aumento da tarifa do transporte público, que teve início em São Paulo e se espalhou pelo país e depois agregou pautas e grupos diferentes.

de direitos que se contrapuseram à narrativa da mídia tradicional sobre os projetos. O fenômeno aqueceu ainda mais a já efervescente cena do surgimento de veículos de mídia independentes e digitais — desassociados da tradicional forma de monetização da mídia tradicional, a publicidade —, que se apresentaram como uma alternativa aos veículos de comunicação que passavam por uma forte crise de modelo de negócios e de credibilidade.

Vale lembrar que para as mulheres, a apropriação de tecnologias na produção de uma contranarrativa não foi uma novidade. De Miguel e Boix (2013) lembram que em 1991, na Austrália, um grupo de quatro mulheres chamado VNS (VeNuS) Matrix usou, pela primeira vez, o termo *ciberfeminismo* em um trabalho que articulava arte, virtualidade e a identidade como mulher. Anos antes, em 1985, o *Manifesto ciborgue: Ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX*, da bióloga e filósofa Donna Haraway não mencionava a palavra ciberfeminismo, mas baseou as primeiras experiências e teorias do tema.

O termo ciberfeminismo tornou-se comum para explicar o atual processo de mobilização política das feministas. Seu significado pode ser estendido, inclusive, para caracterizar a dinâmica política da quarta onda do feminismo, segundo explicam Perez e Ricoldi (2018) quando apontam “que a principal característica da chamada quarta onda feminista é a atuação nos meios de comunicação digitais” (PEREZ; RICOLDI, 2018, p. 2). Porém, nem sempre o significado de ciberfeminismo esteve atrelado à mobilização. Em um primeiro momento, o conceito de ciberfeminismo é utilizado para exprimir a atuação feminista na cibercultura por meio da criação de códigos, websites, vários formatos de mídia, como jogos de computador feministas, baseados na *cunt art* (arte da “boceta”), instalações de vídeo, textos online e eventos. (FERREIRA; COSTA, 2003, p. 2264).

Mas foi em 2015 que, no Brasil, uma série de fatores levaram à interseção do ciberfeminismo e das mídias independentes. Na Câmara dos Deputados houve o avanço do Projeto de Lei 5.069/2013, do então presidente da Câmara, Eduardo Cunha, que estabelecia punição aos profissionais que incentivassem “a gestante a praticar aborto ou ainda lhe prestar qualquer auxílio para que o faça” (BRASIL, 2013), inclusive com informações sobre medicamentos como a pílula do dia seguinte. Nas redes sociais, se disseminavam campanhas contra o assédio e a violência sexual, com o uso de *hashtags* como #primeiroassedio. E ainda naquele ano, a violência contra as mulheres foi tema da redação do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). O debate sobre gênero que se deu em diferentes esferas chegou também às ruas, e protestos articulados pelas redes aconteceram no Rio de Janeiro, em São Paulo e outras cidades brasileiras.

A Primavera das Mulheres, como ficaram conhecidos os protestos, teve origem no Rio de Janeiro, através de convocações feitas pela internet, e foi mais um caso de uso das redes sociais para organizar ações feministas. Ela e as outras manifestações em que isso ocorreu levantam a questão de estarmos diante de um novo feminismo, em que o ciberativismo teria um papel fundamental (BRITO, 2017, p. 1).

É nesse contexto que nasce, em agosto de 2015, a *Revista AzMina*, juntando-se a outras iniciativas, como a *Think Olga*, uma ONG de comunicação e gênero, e a *Revista Capitolina*, voltada ao público adolescente. À época, uma das cofundadoras da revista, a jornalista Nana Queiroz, a descrevia como “uma revista digital empoderadora, gratuita e que fale não apenas a ‘convertidas’ ao feminismo, mas a todas as mulheres cansadas de serem tratadas com condescendência pelas revistas femininas tradicionais” (RODRIGUES, 2015). Desde então, *AzMina* publicou centenas de reportagens sobre violência contra as mulheres, saúde feminina, direitos sexuais e reprodutivos, participação feminina na política, cultura, comportamento, maternidade, dentre outros temas com recorte de gênero interseccional — ou seja, com o reconhecimento das desigualdades vividas por diferentes grupos de mulheres, de diferentes raças e etnias, classes, ideologias, orientações sexuais e identidades de gênero. Como explicado em seu site<sup>7</sup>, em 2017, diante da expansão de atividades, a *Revista AzMina* passou a ser parte do Instituto AzMina, uma organização sem fins lucrativos que tem como missão promover a igualdade de gênero. Além da revista digital e outros projetos de jornalismo (*Elas No Congresso*, *MonitorA* e *Mapa das Delegacias da Mulher*), o Instituto gerencia um aplicativo de enfrentamento à violência doméstica, o *PenhaS*, campanhas para combater a desigualdade e a violência de gênero, palestras e consultorias.

### **A construção de credibilidade no jornalismo d’*AzMina***

Construir credibilidade na internet nunca foi um movimento simples. Downing (2002) lembra que os críticos sempre afirmam que as informações na internet geralmente não são confiáveis, mas transitórias ou tendenciosas, e que há alguma verdade nessas afirmações.

<sup>7</sup> Quem somos. *AzMina*. Disponível em: <<https://AzMina.com.br/revista-AzMina/>>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

Os sites podem ser subjetivos e tendem a mudar ou desaparecer devido às mudanças nas circunstâncias dos autores, instabilidade organizacional e falta de recursos. Mas tal crítica é incapacitante em vez de construtiva. Primeiro, assume que os leitores da Internet não exercem julgamento crítico ao conceder credibilidade às fontes ou avaliar situações de vários pontos de vista. Em segundo lugar, o problema da estabilidade poderia ser compensado com financiamento para o arquivamento sistemático dos recursos da Internet. Por último, tal crítica ignora o fato de que a grande mídia também representa pontos de vista particulares e muitas vezes entrega consideravelmente menos do que a verdade completa (Herman & Chomsky, 1988) (DOWNING, 2002, p. 205, tradução nossa)<sup>8</sup>.

Soma-se a esse desafio da mídia alternativa online a frequente associação que leitores e interlocutores fazem entre credibilidade e neutralidade ou imparcialidade no jornalismo, como se só fossem credíveis de fato veículos teoricamente neutros, que não se posicionam a favor ou contrário a algo ou a alguém e apresentam sempre ao menos duas versões dos fatos. Associação que é centenária, já que em 1690, o alemão Tobias Peucer já apontava a “suspeita de parcialidade” como um dos pilares da construção da credibilidade jornalística. Rosa Nívea Pedroso (2004, p. 67) sistematiza assim a tese de Peucer:

A credibilidade jornalística aqui é duplamente construída pela laboriosidade (isto é pelo trabalho de exploração da verdade) e pela atitude do distanciamento crítico (suspeita de parcialidade) em relação ao objeto que explora, sem estar preso, alheio, submetido aos afãs dos fanatismos partidários, religiosos e etc.

Mais contemporaneamente, Guerra (1999) fala sobre como a neutralidade é invocada para indicar a “pureza” dos jornalistas diante dos fatos. Eles deveriam ficar imunes a quaisquer tipos de interesses — emotivos, financeiros, políticos, etc. — que orbitassem em torno do fato que estariam cobrindo (GUERRA, 1999, n.p.). A neutralidade expressaria então a isenção para não comprometer a veracidade do relato e estaria intrinsecamente ligada à imparcialidade.

Trata-se do jargão, que se ouve comumente nas redações ou entre as fontes mais acionadas pela imprensa, “ouvir os dois lados” quando houver divergências. O conceito de imparcialidade, nesse caso, está vinculado a uma exigência de pluralidade na cobertura jornalística, mas de alguma

<sup>8</sup> No original: “Websites can be subjective, and they do tend to move or disappear due to authors’ changing circumstances, organizational instability, and lack of resources. But such criticism is disempowering rather than constructive. First, it assumes that Internet readers do not exercise critical judgment in granting credibility to sources or assessing situations from many points of view. Second, the problem of stability could be offset with funding for the systematic archiving of Internet resources. Last, such criticism ignores the fact that mainstream media also represent particular points of view and often deliver considerably less than the full truth (Herman & Chomsky, 1988)”.

forma aí também estaria implicada uma preocupação com a veracidade. O jornal, para resguardar sua isenção, sua neutralidade e não tomar partido, apenas apresentaria as versões. Caberia ao leitor decidir qual a verdadeira (GUERRA, 1999, n.p.).

É importante notar que essa visão não é unânime e se encontra, de certa forma, datada. Diversos autores já não acreditam que a “imparcialidade” é alcançável. Primeiro, há a impossibilidade de um profissional selecionar e narrar o que é notícia descartando sua bagagem ideológica. Mais do que isso, há também um ceticismo sobre a pluralidade de vozes — com a velha fórmula de deixar pontos de vista diferentes sobre um determinado tema ocupar o mesmo espaço editorial (LAGO, 2010) — representar de fato a imparcialidade. Miguel e Biroli (2010, p. 73) lembram que “dar voz” não implica, necessariamente, afirmar perspectivas que contestem as formas atuais de hierarquização social. Mais que isso, eles afirmam que “a concentração do capital político, própria dos regimes representativos, e a capacidade técnica de produzir informação, exigida pelo jornalismo, são geradoras de desigualdade”. Na prática, os meios de comunicação apresentam um discurso aparentemente plural, mas não necessariamente diverso, afirmando um discurso universal e imparcial, mas estabelecendo uma ordem social.

O deslocamento aqui proposto implica, assim, em uma compreensão de que a imparcialidade não é apenas inatingível. Ao ser ativada como um valor de referência para a avaliação do grau de democracia, justiça e pluralidade presente nos meios de comunicação, ou como um parâmetro para a avaliação do trabalho jornalístico pelos próprios jornalistas e pelos críticos credenciados, não permite considerar uma parte relevante das dinâmicas de opressão. A imparcialidade, como valor-guia, colabora para a ocultação dos lugares de enunciação dos discursos e das redes de diferenciação que os caracterizam e fazem com que circulem por determinados espaços e sejam aceitos como verdadeiros (MIGUEL; BIROLI, 2010, p. 66).

É como a distinção que Nancy Fraser (2003) faz entre estratégias “afirmativas” e “transformadoras”. As primeiras incorporam mais grupos aos espaços sociais de poder e status, mas não põem em xeque a existência de hierarquias. Já as segundas buscam “desconstruir” oposições binárias que fundam as identidades de grupo e as estruturas da desigualdade social. Para Miguel e Biroli (2010, p. 73), sob este prisma, a pluralização das perspectivas no jornalismo é uma proposta afirmativa, que “obrigaria o campo a se redefinir de maneira potencialmente mais democrática, mas manteria a separação entre produtores e consumidores de informação”.

O jornalismo alternativo, que produz contranarrativas ao *status quo*, já parte desse pressuposto: a imparcialidade não existe e, portanto, não precisa ser sempre perseguida. De Souza Prudencio e Batalha (2009) cravaram o termo *jornativismo*, um espaço de atuação intermediário entre a perícia do jornalismo e o engajamento social. Os *jornativistas* atuam, “ao mesmo tempo como profissionais da informação sem, contudo, aderir ao princípio da imparcialidade, assumindo claramente seu posicionamento”.

“Jornativismo” é, assim, tanto o processo de intervenção ativista na mídia — pela adequação do protesto aos critérios de noticiabilidade para obter cobertura jornalística — quanto à produção própria de informação (ou contra-informação) — hoje bastante centralizada na internet. Pode ser pensada como um campo específico e privilegiado da ação política dos atores coletivos contemporâneos. E isso parece estar criando um espaço adicional para as disputas políticas contemporâneas (DE SOUZA PRUDENCIO; BATALHA, 2010, p. 108).

Especificamente ao tratar da diversidade de vozes, *AzMina* diz em seu site que “acredita que feminismo é uma questão de direitos humanos e é impossível atingir a equidade de gêneros sem diálogo com toda a sociedade, o que inclui os homens” (AZMINA, 2023, n.p.), mas que “conscientes de que as mulheres estão em posição de desvantagem social, no entanto, priorizamos, sempre que possível, as vozes femininas”. Afirma ainda que “busca uma visão interseccional, com reconhecimento das desigualdades vividas por diferentes grupos de mulheres” e por isso leva à discussão “vozes de diversas raças e etnias, classes, ideologias, orientações sexuais e gêneros” (*ibid.*). Aqui há, mais uma vez, uma perspectiva decolonial alinhada ao trabalho de autores como Barbosa (2022), quando analisa os critérios de noticiabilidade em uma teoria latino-americana e decolonial de jornalismo. Para ele, isso significa, entre outras coisas: “dar prioridade para fontes e autores que amplifiquem as vozes dos que foram historicamente silenciados na história latino-americana, como negras, negros e indígenas e dar prioridade para a cultura popular latino-americana” (BARBOSA, 2022, p. 18).

Mesmo a prática de “ouvir os dois lados” não se aplica em todos os casos. Nos de denúncias de violência contra a mulher, por exemplo, *AzMina* diz acreditar que há casos em que a prática não se aplica:

- a) quando há provas definitivas de que a pessoa cometeu atos de violência como feminicídio, estupro, agressão contra a mulher, racismo, etc. Acreditamos que não é nosso papel dar espaço para falas de um agressor.
- b) quando a pessoa ouvida diz mentiras, discurso de ódio ou violento ou desinformação — nestes casos, a *Revista AzMina* debaterá internamente

sobre a validade de divulgar ou não o que foi dito e se responsabilizará por divulgar a informação correta, caso opte por publicar a desinformação dita (AZMINA, 2023, n.p.).

Ao colocar-se fora do lugar de uma dita *neutralidade* ou *imparcialidade*, *AzMina* enfrentou dificuldades e muitas vezes ceticismo na construção de sua credibilidade jornalística, ainda que o modo de fazer jornalismo e as rotinas de produção sejam em grande parte semelhantes aos de outros veículos. O modelo anglo-americano de jornalismo, que originou as práticas jornalísticas que são hoje referência em boa parte do mundo, tem entre seus pontos centrais a observação dos fatos, a coleta de informações (um relato de campo) e a reconstituição dos fatos observados, que dá origem à reportagem (NEVEU, 2004). No Brasil, Beltrão (1992) afirma que “o jornalismo é informação de fatos correntes, devidamente interpretados e transmitidos diariamente à sociedade, com o objetivo de difundir conhecimentos e orientar a opinião pública” (BELTRÃO, 1992, p. 67). Nada muito diferente do que *AzMina* faz quando se dedica a reportar fatos com recorte de gênero.

O reconhecimento de seus padrões jornalísticos e a notória credibilidade como veículo de comunicação eram importantes para *AzMina* não só em relação à sua audiência, mas também aos seus financiadores. Desde 2015, a revista tem diversos parceiros que financiam a estrutura institucional e de projetos de jornalismo. São recursos vindos de doações de fundações e pessoas físicas, editais e patrocínio a projetos, além de parceiros que prestam serviços *pro bono*. Por isso, em 2021, *AzMina* deu início ao processo de 18 meses que a tornou parte do *Trust Project*, que desenvolve padrões de transparência que ajudam as pessoas a avaliar a qualidade e a credibilidade do jornalismo, e auxiliam veículos noticiosos na adoção desses indicadores.

### **A implementação dos indicadores do *Trust Project***

Segundo o disposto em seu site<sup>9</sup>, o *Trust Project*, organização sem fins lucrativos da Califórnia fundada e liderada pela jornalista Sally Lehrman, é um consórcio internacional de organizações de notícias que “promovem padrões de transparência para afirmar e ampliar o compromisso do jornalismo com a transparência, precisão, inclusão e justiça para

<sup>9</sup> About us. *Trust Project*. Disponível em: <https://thetrustproject.org/about/>. Acesso em: 10 maio 2023.

que o público possa fazer escolhas informadas de notícias”. Com base em dezenas de entrevistas aprofundadas com o público, executivos de mais de 100 meios de comunicação identificaram e projetaram um sistema de indicadores de confiança para facilitar a identificação de notícias confiáveis. Hoje, plataformas digitais usam os indicadores de confiança e os sinais legíveis por máquina associados a eles para exibir ou rotular mais facilmente notícias confiáveis para seus usuários.

Os critérios de credibilidade são: 1) *melhores práticas*, quando o veículo explica à audiência quem o financia, quem são seus proprietários, sócios, patrocinadores, qual sua missão ou seus compromissos éticos; 2) *expertise do jornalista*, quando estão claros os detalhes sobre quem produziu a matéria; 3) *tipos de matéria*, com etiquetas para distinguir opinião, análise e publicidade de reportagens noticiosas; 4) *citações e referências claras*, com maior acesso às fontes por trás dos fatos e afirmações 5) *métodos*, tratando especificamente de informações sobre como os repórteres decidiram apurar a matéria e o que fizeram durante o processo; 6) *apuração local*, permitindo que as pessoas saibam quando a matéria tem origem ou expertise local; 7) *diversidade de vozes*, esforçando-se para trazer perspectivas diversas para a reportagem; e 8) *feedback acionável*, que é o estímulo à colaboração do público.

Na prática, qualquer organização de notícias que produz majoritariamente jornalismo original pode aderir aos indicadores e tornar-se parte do consórcio. É preciso, no entanto, passar por um processo de várias etapas: há uma revisão de seus sites, o trabalho de implementar os Indicadores de Confiança e o treinamento da equipe para tal, e a checagem dessa implementação. Apenas sites aprovados e totalmente compatíveis podem exibir a marca do *Trust Project*, como parte do consórcio. Hoje fazem parte dele mais de 265 veículos.

Há implementações que são feitas no *front-end* do site, ou seja, no que é visível ao público — no texto ou nos componentes visuais do site, por exemplo — e outras no *back-end*, ou seja, no código do site, legível para máquinas e algoritmos. *AzMina* começou esse processo em agosto de 2021. Para a implementação do primeiro indicador, o de melhores práticas, a equipe de conteúdo da *AzMina* editou o antigo manual de redação, escrito pela então diretora de conteúdo, para que ele incluísse e se adequasse a responder às questões demandadas pelo consórcio. Percebemos que muitas das informações já estavam ali, mas puderam ser mais aprofundadas. Tornaram-se ainda mais transparentes as informações sobre a fundação e trajetória da revista, além de nossa missão, visão e valores; a equipe e

o organograma da equipe, incluindo dados de diversidade de gênero, raça, orientação sexual, faixa etária e território — descobrimos nesse processo que estávamos presentes em cinco estados, que 75% de nossa equipe era de pessoas não-brancas, 39% LGBTQIA+ e 29% de jovens (com menos de 24 anos). Também demos mais destaque às fontes de financiamento da organização; e, principalmente, aos procedimentos jornalísticos que guiam a operação da revista. Na seção *Quem somos* do site é possível ler, por exemplo, sobre como se dá a escolha de pautas, as regras seguidas na escolha de fontes, incluindo os casos de anonimato, quais termos e expressões são preferíveis e quais não são usados nas reportagens, o código de condutas que as jornalistas devem seguir, além dos procedimentos em casos de denúncias e as políticas de republicação, acessibilidade e contato com a equipe. Para reportar erros, por exemplo, criamos uma conta de e-mail exclusiva que pode ser acionada pela audiência. Todas essas informações também são facilmente acessíveis por máquinas que leem o código-fonte por trás desse texto.

As páginas de publicação de reportagens também tiveram alterações. Uma delas foi a inclusão, ao final do texto um campo que detalha mais informações sobre o autor daquele conteúdo (Figura 1): além do nome e do cargo que a pessoa ocupa na organização, também estão disponíveis meios de contato (via e-mail ou redes sociais), uma pequena biografia da autora e também seu local de residência (cidade e estado). Essas informações também constam nas páginas de cada autor, assim como outras sobre suas principais áreas de expertise e interesse. Isso é necessário para que as credenciais dos profissionais estejam facilmente disponíveis, mostrando se eles têm uma boa reputação profissional e se estão reportando sobre um tópico ou comunidade que conhecem bem.

Figura 1 – Exemplo de campo sobre informações sobre autoria na Revista AzMina



**JOANA SUAREZ**



Gerente de jornalismo

Foi selecionada em dois editais de jornalismo em 2021: o [Feminist Journalist Project da AWID \(Association for Women's Rights in Development\)](#). O programa reúne 15 jornalistas feministas ao redor do mundo e eu fui selecionada para representar o Brasil entre 1.300 inscrições globais. E o [Emerging Media Leaders Fellow International Center For Journalists \(ICFJ\)](#) – Programa de empreendedorismo e inovação para jornalistas da América Latina, com mentoria e duas semanas de treinamento em Washington DC. Em 2022, participou da conferência de alto nível sobre Segurança de Jornalistas em Viena, organizada pela ONU, Unesco e Ministério Federal da Áustria. Representando a sociedade civil, ajudou a revisar e atualizar o plano de ação mundial para proteção dos jornalistas, que completou 10 anos.

Trabalhou por 8 anos em mídia impressa e rádio de Belo Horizonte, e, entre 2018 e 2021, produziu e sugeriu reportagens como *freelancer*, com publicações e prêmios em âmbito nacional e internacional, como o [Global Health Reporting Contest 2018 \(ICFJ\)](#) por uma reportagem sobre aborto. Colaborou para a [Folha de São Paulo](#), em pautas de cotidiano e política, e fez matérias para a [Agência Pública](#), [Repórter Brasil](#), [Projeto Colabora](#), [The Intercept Brasil](#), [Revista Piauí](#), [Época](#), [El País](#), [Marco Zero Conteúdo](#), [The Independent](#), entre outros.

Belo Horizonte | MG

Fonte: Revista AzMina (2023).

Outro ponto importante foi a visibilidade dos tipos de notícias publicados por *AzMina*. A revista não aceita que empresas e marcas patrocinem reportagens, apenas produtos, campanhas de conscientização ou projetos em que não opinem no conteúdo jornalístico. Ainda assim, o veículo publica diferentes tipos de conteúdos não-publicitários: 1) *notícias*, baseadas em fatos, observados e verificados em primeira mão pela repórter, ou relatados e verificados por fontes conhecedoras, sem incorporação de opinião; 2) *análises*, que contém interpretações das notícias com base em evidências, incorpora a experiência do jornalista e pode oferecer interpretações e conclusões; 3) *conteúdos explicadores*, que fornecem contexto ou plano de fundo, definição e detalhes sobre um tópico específico; 4) *entrevistas*; 5) *nos ajude a reportar*, quando pedimos ao público sugestões, *insights*, dicas, etc. para fins de reportagem; 6) *opinião*, quando há defesa de ideias ou conclusões com base na interpretação dos fatos; e 7) *divã*, formato próprio com conteúdo enviado pela audiência do site, com pequenas edições de jornalistas. Agora, as páginas de conteúdo sinalizam o tipo de história a ser contada logo no topo do texto (Figura 2). Esse foi um exercício importante para que a própria equipe de conteúdo tivesse mais claro nas produções se seu propósito estava claramente demonstrado no texto.

Figura 2 – Exemplo de “conteúdo explicador” disponibilizado pela Revista AzMina

arquivo comportamento explicador

## Rede de apoio para mães: por que é tão difícil formar uma?

“A gente está há muito tempo vivendo de forma narcisista, dizendo que não é obrigado a nada, mas cobramos às mães a função de procurar ajuda”, diz a psicanalista Fê Lopes

**T** Nós fazemos parte do Trust Project [O que é isso?](#)

Natália Sousa  
9 de maio de 2023 (Atualizado em 12 de maio de 2023)

Fonte: Revista AzMina (2023).

As reportagens também contam agora com módulos de *citações e referências* e *metodologia*, onde repórteres e editores sinalizam a bibliografia, incluindo fontes de dados usados e referenciados na reportagem, e também explicam a metodologia utilizada para chegar a novos dados e conclusões em determinadas reportagens (Figura 3). Antes, essas informações já eram disponibilizadas em hiperlinks ou blocos de texto espalhados pelo conteúdo, enquanto agora têm campos próprios no publicador usado pela revista para que o conteúdo seja mais facilmente identificável por máquinas.

Figura 3 – Exemplo de explicação metodológica disponibilizada pela Revista AzMina

### Metodologia

*Entramos em todos relatórios de Conflitos no Campo, da Comissão Pastoral da Terra (de 2015 a 2021), que possuem tabelas referentes às vítimas de assassinatos, tentativas de assassinatos e ameaças de morte, com os nomes, localizações, datas e perfil das pessoas. Coletamos todos os dados com nomes de mulheres em cada uma das tabelas.*

Fonte: Revista AzMina (2023).

Houve ainda mudanças mais institucionais. Durante a fase de implementação, surgiu a necessidade de separar ainda mais claramente a *Revista AzMina* do Instituto AzMina, uma organização que além da revista tem projetos como o *PenhaS*, o *MonitorA* e o *Elas no Congresso*, referências no enfrentamento à violência doméstica, à violência política de gênero, no fortalecimento da democracia e na conquista de espaços e direitos para as mulheres. O objetivo era mostrar que a revista não existia como uma página de comunicação institucional da organização, e que o jornalismo não estava subordinado aos interesses institucionais ou de *advocacy*<sup>10</sup> dela. Isso tudo ficou evidenciado no site do instituto que lançamos recentemente, deixando no site da *Revista AzMina*, portanto, apenas aquilo que compete ao jornalismo.

Todo o processo de implementação e checagem dos indicadores de credibilidade junto à equipe do *Trust Project* no Brasil durou cerca de 18 meses. Em março de 2023, a revista anunciou que se tornou o primeiro veículo feminista a conseguir o selo. O longo processo foi importante não apenas para o treinamento da equipe ou para os ajustes textuais, visuais e ideológicos, mas também possibilitou que, enquanto organizava e esquematizava essas informações de maneira acessível e legível, a equipe refletisse sobre como os processos de escolha de pautas, apuração, checagem e publicação sempre estiveram em consonância com as rotinas do bom jornalismo, que tem credibilidade.

<sup>10</sup> N. do E.: derivado para o inglês do latim *advocare*, o termo se refere a uma defesa ativa e constante de exercício da cidadania.

### Considerações finais

Quando estudei no mestrado a cobertura jornalística das Jornadas de Junho de 2013, me deparei com muitos estudos que discutiam se veículos midiavivistas como a *Mídia Ninja* faziam, de fato, jornalismo. Acredito que justamente por estar dentro do movimento, muitas vezes convocando o público às manifestações nas ruas, o veículo atuava ali no campo social (BOURDIEU *et al.*, 1989) não apenas como agente midiático ou jornalístico, mas também político, muitas vezes afastando-se ou aproximando-se de um ou de outro. É bobagem dizer que qualquer veículo jornalístico não atua no campo político, mas assim como há diferentes modos de fazer *advocacy* por uma causa — mobilizando a opinião pública, articulando com tomadores de decisão, etc. —, acredito que há também distintas maneiras de agir como uma mídia radical ativista. A Revista *AzMina* fez isso nos últimos oito anos com jornalismo de rigor e precisão, construindo a longos passos uma credibilidade que não precisou parecer neutra ou imparcial em temas de gênero para mobilizar a opinião pública como muitas vezes mobilizou.

Esse esforço, o de subverter a lógica patriarcal e a lógica dos valores-notícia de um jornalismo que é até hoje masculino (SILVA, 2010), está alinhado ainda a perspectivas decoloniais e ao jornalismo de subjetividade defendido por Moraes (2019), justamente porque os valores-notícia colaboram para a manutenção das hierarquias e valores frequentemente racistas, e porque esse jornalismo é capaz de desestabilizar representações engessadas e estabilizadas.

É verdade que em um cenário de polarização política, crise de credibilidade do campo jornalístico — ainda que mais especialmente das mídias convencionais —, e de disseminação contínua de desinformação, a percepção da audiência e de seus financiadores sobre a credibilidade de um veículo é tão importante quanto a de sua própria equipe ou do meio jornalístico sobre seus procedimentos. Nesse contexto, a ratificação de um consórcio internacional atestando que *AzMina* implementou indicadores de credibilidade aprovados pelo mundo todo é de extremo valor para a compreensão de que a mídia radical ativista não está distante dos valores do bom jornalismo, ela apenas não nega — para si mesma ou para os outros — seu potencial de incidência.

Em *Elementos do Jornalismo*, Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2003) tentam resumir a natureza e a missão do jornalismo:

1. A primeira obrigação do jornalismo é a verdade. 2. Sua primeira lealdade é com os cidadãos. 3. Sua essência é a disciplina da verificação. 4. Seus profissionais devem ser independentes dos acontecimentos e das pessoas sobre as que informam. 5. Deve servir como um vigilante independente do poder. 6. Deve outorgar um lugar de respeito às críticas públicas e ao compromisso. 7. Tem de se esforçar para transformar o importante em algo interessante e oportuno. 8. Deve acompanhar as notícias tanto de forma exaustiva como proporcionada. 9. Seus profissionais devem ter direito de exercer o que lhes diz a consciência (KOVACH; ROSENTIEL, 2003, p. 21-22).

Enquanto implementávamos os indicadores do *Trust Project*, me parecia muito óbvio que os padrões de credibilidade, além dos compromissos essenciais do jornalismo, sempre estiveram presentes no dia a dia da redação da *Revista AzMina*. A obtenção do selo mostra que a impressão não era errada. Outra questão que surgiu enquanto escrevia este ensaio foi sobre as diferenças entre uma mídia de nicho, ou seja, aquela que tem um recorte temático muito claro de cobertura — os temas de gênero, por exemplo — e uma mídia radical ativista — que não apenas pauta gênero, mas cria contranarrativas e combate as opressões a ele relacionadas. Ao decorrer da escrita me pareceu ainda mais nítido que *AzMina* sempre se enquadrou na segunda situação, mas sem perder com isso nenhuma qualidade necessária na defesa da missão jornalística.

Acredito que as cada vez mais frequentes aproximações entre mídias ativistas e organizações ou ações de *advocacy* ainda trarão muitos debates sobre o fazer jornalístico desses meios, seja sobre seus critérios de noticiabilidade e valores-notícia, seja sobre a imparcialidade ou neutralidade que, embora impossível, ainda é perseguida. E acredito que iniciativas que atestem a qualidade desses veículos também possam surgir ou ser cada vez mais procuradas justamente no sentido de provar credibilidade, seja para prestar contas à audiência, seja para conseguir os cada vez mais escassos recursos financeiros para o setor. O caminho que leva os jornalistas a enxergarem a si mesmo como mobilizadores, diretos ou indiretos, e ao jornalismo como incidência não tem volta. Mas ainda são longos os passos que testarão novos modos do jornalismo acreditar-se e mostrar-se credível ainda assim.

### Referências

AZMINA. Quem somos. **Revista AzMina**. Disponível em: <https://AzMina.com.br/revista-AzMina>. Acesso em: 10 maio 2023.

BARBOSA, A. Por uma teoria latino-americana e decolonial do jornalismo-critérios de noticiabilidade para o jornalismo latino-americano: o caso da revista Nossa América 2022. **Revista Alterjor**, v. 26, n. 2, p. 3-19, 2022.

BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. 2. ed. São Paulo: Ática, 1992

BOND, F. F. **Introdução ao jornalismo**: uma análise do quarto poder em todas as suas formas. Livraria Agir Editória, 1962.

BRITO, M. Primavera Feminista: a internet e as manifestações de mulheres em 2015 no Rio de Janeiro. **Seminário Internacional Fazendo Gênero**, v. 11, p. 1-11, 2017.

BOURDIEU, P. *et al.* **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BRASIL. Câmara dos Deputados. **Projeto de lei nº 5069**, de 27 de fevereiro de 2013. Acrescenta o art. 127-A ao Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940 - Código Penal. Brasília: Câmara dos Deputados, 2013. Disponível em: <https://bit.ly/3Jql7rO>. Acesso em: 10 maio 2023.

DE MIGUEL, A.; BOIX, M. Os gêneros da rede: os ciberfeminismos. *In: feminino internet em código*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2013. p. 39.

DE SOUZA PRUDENCIO, K. C.; BATALHA, M. Mídia ativista e ação política na internet: a experiência do Centro de Mídia Independente. **Revista ECO-Pós**, v. 12, n. 3, 2009.

DOWNING, J. **Mídia radical**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

FERREIRA, G. V. P. *et al.* Ciberfeminismo: Feministas tecem uma nova rede. *Diversitas Journal*, v. 5, n. 3, p. 2263-2296, 2020.

FRASER, N.; HONNETH, A. **Redistribution or recognition?**: a political-philosophical exchange. London: Verso, 2003.

GUERRA, J. L. Neutralidade e imparcialidade no jornalismo: da teoria do conhecimento à teoria ética. *In: INTERCOM - SOCIEDADE BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO*, XXII, 1999, Ribeirão Preto. Anais... Ribeirão Preto: INTERCOM, 1999.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2003.

LAGO, C. Ensinamentos antropológicos: a possibilidade de apreensão do Outro no jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, v. 6, n. 1, p. 156-170, 2010.

LIMA, V. Mídia, rebeldia urbana e crise de representação. *In*: **Cidades Rebeldes**. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 89-94.

LUGONES, M. Rumo a um feminismo descolonial. **Revista Estudos Feministas**, v. 22, p. 935-952, 2014.

MIGUEL, L. F.; BIROLI, F. A produção da imparcialidade: a construção do discurso universal a partir da perspectiva jornalística. **Revista brasileira de ciências sociais**, v. 25, p. 59-76, 2010.

MORAES, F. Subjetividade: ferramenta para um jornalismo mais íntegro e integral. **Revista Extraprensa**, v. 12, n. 2, p. 204-219, 2019.

NEVEU, E. **Sociologia do jornalismo**. Edições Loyola, 2006.

PEDROSO, R. N. Elementos para compreender o jornalismo informativo. **Sala de Prensa**, n. 51, 2003.

RODRIGUES, A. Revista digital *AzMina* propõe novo conceito de conteúdo para mulheres. **Revista Imprensa**. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/3Xp1dmE>. Acesso em: 10 de maio de 2023.

VEIGA DA SILVA, M. **Masculino, o gênero do jornalismo**: um estudo sobre os modos de produção das notícias. São Paulo: Annablume, 2010.

**Submissão:** 19 de mai. 2023

**Aceite:** 23 de jun. 2023.