



FEMINISMO E ATIVISMO MIDIÁTICO: O JORNALISMO COMO ESTRATÉGIA DE AÇÃO POLÍTICA

Karina Janz Woitowicz¹
Joana Maria Pedro²

O movimento feminista desde cedo reconheceu o papel da mídia na produção de estereótipos de gênero. Assim, a crítica ao modo como as mulheres eram representadas nos meios de comunicação, em especial na segunda metade do século XX, acompanhou o processo organizativo do movimento.

É neste sentido que as experiências dos grupos feministas e de mulheres no Brasil, durante a chamada “segunda onda” do feminismo, apontavam cada vez mais para a necessidade de criar um discurso próprio, capaz de fazer questionamentos e promover mudanças.³ Exemplo disso foi um Encontro do Movimento das Mulheres no Brasil, realizado no Rio de Janeiro em agosto de 1981, em que entre as temáticas discutidas ganhava destaque a comunicação. O evento, transcrito no livro *Mulheres em Movimento*, discutiu o papel educativo dos meios de comunicação, considerando que cumprem “não apenas o seu sentido conservador de reprodução da ideologia dominante, mas também, o seu sentido de mudança enquanto focos de resistência e propagadores das novas idéias e valores” (BARSTED, 1983, p. 13).

Ao abordar a importância da criação ou reapropriação da mídia, Leila Barsted observa que na década de 1970 novos espaços foram surgindo para dar voz às mulheres, a partir de meios variados: revistas, boletins, jornais alternativos, luta por espaço dentro da grande imprensa, do rádio, da televisão e do cinema. Para ela, “os veículos de comunicação se apresentam inseridos numa estratégia de educação do movimento feminista, de recriação da identidade social da mulher e de resgate de nossa história.” (1983, p. 16)

No presente artigo, busca-se discutir algumas experiências lançadas pelas organizações feministas no terreno do jornalismo impresso, que compreendem os jornais *Fêmea* (do Centro Feminista de Estudos e Assessoria – CFEMEA), *Fazendo Gênero* (do grupo Transas do Corpo),

¹ Jornalista, professora do curso de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG/PR) e doutora em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Santa Catarina.

² Professora Dra. do curso de História, do Programa de Pós-Graduação em História e do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade Federal de Santa Catarina.

³ Entre as diversas experiências de imprensa feminista registradas a partir dos anos 1970, destacam-se os jornais *Brasil Mulher* (1975-1979), *Nós Mulheres* (1976-1978) e *Mulherio* (1981-1987),



Jornal da Rede (da Rede Feminista de Saúde, Direitos Sexuais e Direitos Reprodutivos) e *Folha Feminista* (da Sempreviva Organização Feminista), tendo como recorte temporal os anos de 2006 e 2007. Assim, discute-se inicialmente a imprensa feminista como uma modalidade da mídia alternativa, para em seguida traçar um breve perfil da produção midiática das quatro organizações feministas consideradas. Para observação dos jornais feministas, serão considerados os principais aspectos técnicos e editoriais dos produtos, enfatizando a orientação editorial das publicações, as temáticas predominantes e o modo como elaboram os seus discursos. Trata-se, portanto, de uma leitura sobre o viés político e as estratégias midiáticas das organizações feministas que integram o trabalho, de modo a reconhecer o jornalismo alternativo como espaço de construção de discursos contra-hegemônicos.

Imprensa feminista nas rotas de comunicação alternativa

A história do feminismo está entrelaçada com a história da mídia alternativa, uma vez que as mulheres desde cedo perceberam a necessidade de se fazerem ouvir, apostando em um discurso de contra-informação que assumiu, em alguns momentos, o duplo papel de denunciar e de mobilizar as mulheres na defesa dos seus direitos e na conquista da cidadania.

Atualmente, percebe-se que inúmeros grupos que compõem o movimento feminista contam com veículos de comunicação, nos mais diversos formatos e suportes (impresso, sonoro, audiovisual, on-line), que atuam em uma lógica de contra-informação, promovendo o debate e apresentando as reivindicações das mulheres.

Contudo, investigar a mídia produzida pelas organizações feministas exige uma tentativa de melhor caracterizar o que se entende por comunicação alternativa, uma vez que há abordagens diferenciadas para compreender tal conceito. Embora o termo ‘alternativo’ remeta, no contexto brasileiro, às publicações que surgiram a partir dos anos 1960, durante a ditadura militar, observa-se a permanência da sua validade, mesmo diante de especificidades que caracterizam as novas formas de comunicação dos grupos e movimentos sociais. Atualmente, a idéia de mídia alternativa não contempla apenas o aspecto de oposição política, mas também outras expressões – por vezes menos ‘combativas’ – de diferentes grupos sociais que buscam manifestar idéias, projetos e lutas por meio da comunicação. O que se mantém, contudo, é o significado que tais produções assumem na defesa da liberdade de expressão das minorias sociais e do direito de comunicar como parte das lutas pela cidadania (PERUZZO, 2004).



No contexto deste trabalho, compreende-se a mídia alternativa a partir do seu caráter contra-hegemônico e dos parâmetros diferenciados dos meios tradicionais no que se refere às suas formas de produção, circulação e consumo, assumindo características próprias. Em outros termos, está se considerando mídia alternativa a produção de grupos e movimentos sociais, que criam canais de resistência e promoção de lutas através dos seus espaços de comunicação, em diferentes suportes.

Para Grinberg, é alternativo todo meio que “implica uma opção frente ao discurso dominante” (1987, p. 18), de tal modo que o alternativo é possível através de diferentes meios e formas de comunicação:

Não propomos uma alternativa aos *media como tais*, mas enquanto instrumentos do poder; e, inversamente, o meio não *é em si* o alternativo (ou não o é necessariamente), mas o instrumento de uma opção promovida por um grupo de pessoas ou por um setor social. (1987, p. 19-20)

Assim, para o autor, o alternativo surge para gerar mensagens com concepções diferentes ou opostas às difundidas pelos meios dominantes, apresentando uma diferença qualitativa em relação aos meios hegemônicos. A ênfase, portanto, está no conteúdo: “sem discurso alternativo não há meio alternativo” (1987, p. 29).

John Downing, em sua abordagem sobre a ‘mídia radical’, mostra que as mídias efêmeras e de pequeno alcance não são irrelevantes, conforme se constata em inúmeras experiências que marcaram a história dos movimentos de resistência. Para o autor, a mídia radical é aquela que expressa “uma visão alternativa às políticas, prioridades e perspectivas hegemônicas”, que se apresenta numa enorme variedade de formatos e exerce múltiplos impactos, em diferentes níveis, apresentando-se de forma mais democrática do que a mídia hegemônica.

Percebe-se, a partir destas considerações, que os grupos utilizam a mídia com diferentes propósitos, e acionam determinadas práticas que contribuem com o processo de conquista da cidadania. Assim, para além de uma lógica meramente instrumental, a mídia ocupa um lugar central na resistência às múltiplas formas de opressão. A produção midiática das organizações feministas que compreendem este artigo toma como referência estes aspectos da mídia alternativa, em que se destaca o papel dos meios como instrumentos de articulação das lutas das mulheres.

Assim, considera-se que os veículos se enquadram como alternativos por representarem os interesses de grupos organizados da sociedade civil (ONGs), que se filiam às causas do movimento feminista. O caráter de resistência presente nos veículos alternativos situa-se, portanto, na característica contra-hegemônica que norteia as ações das organizações feministas.



Jornais feministas e estratégias de ação política

Nas páginas que seguem, serão levantadas algumas características das quatro publicações feministas que compreendem o objeto deste trabalho, trazendo algumas informações sobre as organizações, necessárias para situar o seu campo de ação feminista. Neste sentido, será realizada uma abordagem dos aspectos técnicos e editoriais dos jornais *Fêmea*, *Fazendo Gênero*, *Jornal da Rede* e *Folha Feminista*, de modo a elucidar o modo se traduzem em mecanismos de militância feminista.⁴

O Transas do Corpo, um dos mais antigos grupos feministas brasileiros, criado em 1987 e sediado em Goiânia, tem a comunicação como uma das prioridades da organização. Neste sentido, o grupo desenvolve ações voltadas para a sensibilização dos diversos veículos de comunicação para as temáticas de relevância para a mulher e editava, quadrimestralmente, o boletim *Fazendo Gênero* – um dos focos deste trabalho –, que teve sua publicação interrompida em 2008.

A produção de caráter jornalístico do Transas do Corpo é o jornal *Fazendo Gênero*, publicação em formato tablóide, de 4 páginas, com impressão em uma cor (rosa). O primeiro número do jornal foi lançado em 1997, quando o grupo comemorava 10 anos de existência. Sua periodicidade, até 2008, é quadrimestral e as páginas contam com algumas fotos e imagens em preto e branco.

A edição comemorativa dos 10 anos do jornal (n. 30, 2007/2008), que foi uma espécie de ‘despedida’, oferece muitos elementos para analisar a comunicação como estratégia organizacional da entidade. No texto que segue, publicado com o título “10 anos Fazendo Gênero” (editorial, p. 02), é mencionado um levantamento dos principais assuntos tratados no jornal e abordada a importância de uma política de comunicação da organização.

Com base em um levantamento feito nos arquivos do Transas, verifica-se que, ao longo do trajeto da 1ª à 30ª edição, as temáticas que mais se repetiram no boletim foram, em primeiro lugar, institucionais, direitos sexuais e reprodutivos, saúde da mulher e feminismo. Em segundo, vêm as matérias sobre métodos contraceptivos, adolescência e juventude, terceiro setor e sexualidade. Mídia, violência contra a mulher, políticas públicas para as mulheres, educação sexual e gênero estão em terceiro lugar no ranking de temáticas abordadas pelo boletim nestes dez anos. (*Fazendo Gênero*, n. 30, 2007/2008)

Neste período de dez anos, o *Fazendo Gênero* passou por mudanças de formato, de aumento de tiragem, a criação do conselho editorial e a predominância da versão on-line do jornal (inicialmente, era distribuído pelo correio para todo o Brasil).

⁴ As organizações feministas contam com diversos outros espaços de comunicação, nos formatos on-line (sites e boletins), sonoros (programas de rádio), audiovisuais (vídeos e documentários), bem como materiais educativos e institucionais. Porém, nos limites deste artigo, serão mencionadas apenas as produções impressas de caráter jornalístico mantidas pelas quatro entidades mencionadas.



O jornal⁵ apresenta as seguintes editorias fixas: “saúde” (texto informativo localizado na página 3); “o que rola” (coluna na página 4, com divulgação de eventos e atividades do Transas e outras entidades), “o que rolou” (coluna sobre eventos e atividades que ocorreram no período) e “resenha” (coluna na página 4 com resenha de livro). Em duas das edições observadas foram utilizados textos de entrevistas.

O público alvo do jornal são grupos feministas, mas não se pode afirmar o alcance desta ação de mídia, pois o jornal não informa sua tiragem e as edições são também disponibilizadas em formato on-line. No *Fazendo Gênero*, predomina a estrutura informativa, mas também é possível encontrar textos de caráter institucional (como na edição de 20 anos do grupo). A perspectiva de gênero e a identificação com o feminismo são as principais marcas do jornal, através das quais são abordados temas ligados, principalmente, à sexualidade e ao direito ao corpo, além de textos sobre comunicação e eventos feministas.

O CFEMEA - Centro Feminista de Estudos e Assessoria é uma organização não-governamental, sem fins lucrativos, fundada em julho de 1989 em Brasília/DF, que trabalha “pela cidadania das mulheres e pela igualdade de gênero. A organização participa do “movimento nacional de mulheres”, integra articulações e redes feministas internacionais, especialmente da América Latina, além de participar de diferentes iniciativas para o combate ao racismo.

O jornal *Fêmea*⁶, principal publicação do CFEMEA, é um periódico criado em 1992, que se constitui como um importante canal de comunicação entre o movimento feminista e os atores políticos. De acordo com a organização, o informativo “aborda as questões referentes aos direitos das mulheres no Congresso Nacional e os grandes temas da agenda nacional do movimento de mulheres”. Desde 1999 disponível no site do CFEMEA, dirige-se a organizações de mulheres de diferentes áreas de atuação e a parlamentares e assessores(as) legislativos(as).

O *Fêmea* possui uma tiragem de 13.000 exemplares (além dos acessos on-line), abrangência nacional e a periodicidade, que já foi trimestral, é atualmente mensal (desde 2008). As edições são em formato tablóide, com 12 páginas. Até o ano de 2007, a impressão era feita em apenas uma cor (rosa), e o jornal contava com poucos recursos de imagem; porém, a partir de 2008, passou por uma reformulação, sendo atualmente impresso em cores, com fotos e uma boa apresentação visual.

⁵ O corpus de pesquisa compreende as seguintes edições do jornal *Fazendo Gênero*: Ano X, n. 28, março a junho de 2007; ano X, n. 29, julho a outubro de 2007; ano X, n. 30, novembro de 2007 a fevereiro de 2008.

⁶ O material selecionado contempla três edições do ano-base (2007): jan./jul. 2007; set./out. 2007; nov./dez. 2007, e outras duas edições que se mostraram relevantes para a pesquisa: junho/2005 (15 anos do CFEMEA, com textos sobre o tema do aborto); e jun/agosto 2008, quando o jornal apresenta um novo formato.



Na edição de junho/agosto de 2008 (ano X, n. 156), quando o jornal passa por um processo de reformulação, publica em seu editorial um texto que esclarece sobre os objetivos da publicação:

Temos a satisfação de fazer chegar a suas mãos a edição 156 do *Fêmea*. Desde o primeiro número, nosso jornal busca ser um instrumento para fazer avançar a luta das mulheres pela igualdade de direitos, na lei e na vida. Modéstia à parte, o *Fêmea* se consolidou como uma referência, um veículo que subsidia a discussão e provoca a ação das mulheres nos movimentos sociais, nas Câmaras de Vereadores, Assembleias Legislativas e no Congresso Nacional; nos conselhos e nos organismos governamentais de promoção da igualdade. Travamos duras e intermináveis lutas para garantir às mulheres o direito de interromper uma gravidez indesejada e de decidir sobre o seu próprio corpo; e também participamos das batalhas vitoriosas que permitiram às mulheres avançar em termos de prevenção, punição e proteção contra a violência doméstica e sexual. (*Fêmea*, junho/agosto de 2008)

Um aspecto que caracteriza a proposta editorial do *Fêmea* é a análise e avaliação dos temas em debate no cenário político, a partir de um viés feminista. Esta questão é mencionada no editorial de uma de suas edições: “Outro aspecto que nos desafia a cada edição é, em cima da hora, analisar, avaliar e interpretar, numa perspectiva feminista, os fatos que revelam as disputas das mulheres por seus direitos, por igualdade, liberdade e justiça” (*Fêmea*, junho/agosto de 2008).

Tendo como marco do seu discurso as questões de gênero e direitos das mulheres, o jornal traz assuntos ligados aos direitos reprodutivos, apresentando o aborto e políticas públicas como temas predominantes nas edições observadas. E, no que diz respeito à linguagem, as páginas do *Fêmea* são ricas em informações, debates e análises, que evidenciam o comprometimento com as causas feministas.

A Rede Feminista de Saúde é uma articulação do movimento de mulheres que soma “266 entidades - entre grupos de mulheres, ONGs, núcleos de pesquisa, organizações sindicais/profissionais e conselhos de direitos da mulher - além de profissionais de saúde e ativistas feministas”.⁷ A Rede foi criada em agosto de 1991, em Porto Alegre, reunindo 40 organizações feministas do País que atuavam no campo dos direitos sexuais e reprodutivos.

No formato jornalístico impresso, a Rede publicou até 2006 o *Jornal da Rede Feminista de Saúde*, uma publicação em formato de revista (tamanho A-4 e impressão em papel couchet), com 36 páginas e impressão em uma cor, com capa colorida (com foto ou arte), contendo textos em forma de artigos opinativos e análises. Com periodicidade indefinida, foram publicadas em média três edições por ano, de 1999 a 2002, e apenas uma nos anos de 2004 a 2006.⁸

⁷ Informações divulgadas no site da Rede: <http://www.redesaude.org.br>. Acesso em setembro de 2007.

⁸ Esta observação toma como base as edições publicadas no site da Rede. A primeira edição disponível é de n. 17, datada de maio de 1999, e a última é de n. 28, de julho de 2006.



Nas edições do *Jornal da Rede*⁹, o tema da mortalidade materna é predominante, mas também se observa a presença de temas como políticas de saúde, racismo, violência, trabalho e direitos sexuais nas páginas da revista. O público da revista é formado por grupos feministas de todo país e a estrutura discursiva predominante é a opinativa (com explicitação de um discurso político), conjugada com a informativa (com informações e análises). Os textos apresentam dados, análises e argumentos sobre os temas da revista, destacando as lutas das mulheres no campo da saúde pública.

O *Jornal da Rede* conta com os seguintes espaços: Seções, com artigos sobre a temática da publicação, em uma média de cinco textos; e Editorias, que se divide em Direito, Saúde Pública, Perfil (entrevistas com pessoas ligadas à luta das mulheres pelos direitos sexuais e reprodutivos) e Em pauta (com publicações e lançamentos).

A Sempreviva Organização Feminista (SOF), organização não-governamental feminista criada em 1963, com sede em São Paulo e atuação em nível nacional, também conta com veículos de comunicação em suas estratégias de luta.¹⁰ Tendo como público prioritário as mulheres organizadas no movimento autônomo de mulheres, movimento popular e sindical, rural e urbano, a SOF dedica-se a promover o debate feminista, em especial sobre o tema da economia feminista.¹¹ Segundo informações disponíveis no site da SOF, suas linhas de atuação são formação feminista, assessoria e acompanhamento de políticas públicas, publicação e difusão, construção e articulação, e desenvolvimento organizacional.

A SOF publica a *Folha Feminista*, jornal que, em sintonia com o projeto político da organização, propõe debates envolvendo o feminismo, o machismo e o mercado.¹² A *Folha Feminista*, embora se pretenda mensal, não tem uma periodicidade regular e possui uma tiragem de 1.500 exemplares (com 4 páginas em tamanho A-4), que circulam entre grupos feministas, além da versão on-line, disponível no site da ONG.¹³

⁹ Foram adquiridas em versão impressa duas edições da publicação: n. 27, setembro de 2005 (“PAISM, 20 anos depois”) e n. 28, julho de 2006 (“A morte materna possui responsáveis”), que compõem o corpus da pesquisa. Outras edições da revista foram consultadas em formato digital, através do site da entidade.

¹⁰ A SOF produziu vídeos nos anos 1990 (sobre aborto e laqueadura) e publica a coleção “Cadernos Sempreviva”, que são livros que abordam temas relativos aos direitos das mulheres, além do jornal *Folha Feminista*.

¹¹ A SOF assim descreve seus objetivos: “contribuir na construção de uma política feminista articulada ao projeto democrático-popular, que esteja presente na formulação de propostas e nos processos organizativos e de luta dos movimentos sociais. Esta política deve transformar as relações de gênero e favorecer a autodeterminação das mulheres”. Disponível em: <http://www.sof.org.br/>. Acesso em: 28/11/2009.

¹² No editorial de dezembro de 2008 (n. 67), a *Folha Feminista* anuncia: “Em 2009, seguiremos em luta para alterar o paradigma dominante e ampliar a construção de alternativas baseadas na sustentabilidade da vida humana”.

¹³ A *Folha Feminista*, em novembro de 2009, chegou à edição de número 69.



Nas edições da Folha Feminista¹⁴, verifica-se os seguintes espaços: editorial (página 1), artigo (páginas 1 e 2), texto sobre ações do movimento feminista (página 3) resenha e agenda do movimento feminista (página 4). Os temas predominantes nas edições observadas são diversidade sexual (na perspectiva lésbica), economia solidária, machismo e crítica à imagem das mulheres nos meios de comunicação. O discurso do jornal é opinativo, com forte viés político, o que evidencia o caráter de militância feminista a que o veículo se propõe.

Apontamentos sobre a produção midiática feminista

Nos limites deste texto, busca-se apresentar alguns elementos que caracterizam a produção jornalística de quatro organizações feministas, projetando assim algumas especificidades e aproximações no uso da mídia como mecanismo de ação política. Porém, para além de constatar a existência de veículos de caráter contra-hegemônico, é preciso também problematizar esta produção, indicando alguns limites e, do mesmo modo, potencialidades como espaços de debate e articulação feminista.

Algumas limitações situam-se no alcance, na falta de regularidade e mesmo no uso de uma linguagem nem sempre adaptada ao público a que se destina, conforme se pode observar em alguns jornais. O jornal *Fêmea*, por trabalhar com informação especializada e apresentar análises sobre temas em discussão no Legislativo, já se consolidou como uma referência no processo de mediação entre as demandas do movimento feminista e os responsáveis pela formulação de leis. E, por manter uma regularidade em suas ações, também atua como fonte para a mídia, o que contribui para a visibilidade do debate feminista para um público mais amplo.

Já o *Fazendo Gênero*, voltado aos grupos feministas, apresenta como proposta editorial a articulação com o movimento, ao trabalhar temas de interesse das organizações e divulgar a agenda de atividades, trazendo também um viés educativo. Porém, a periodicidade quadrimestral impede uma presença mais efetiva junto às organizações e a ausência de dados sobre a produção e a forma de circulação do material compromete uma avaliação mais profunda sobre o alcance e a repercussão do jornal, que deixou de circular em 2008.

O jornal da Rede Feminista de Saúde, Direitos Sexuais e Reprodutivos, por sua vez, tem na falta de regularidade dos produtos um fator que limita o alcance dos discursos. O *Jornal da Rede*, que em alguns anos contou com três e em outros com apenas uma edição e deixou de circular em

¹⁴ Foram observadas as edições de junho e setembro de 2007 (n. 64 e n. 65, respectivamente) e outras edições variadas do jornal para traçar algumas características do veículo.



2006, apresentava diversos textos sobre temas ligados à saúde da mulher. Acredita-se que o público preferencial desta publicação era formado por organizações feministas e de mulheres; porém, também parece estar presente o interesse de profissionais da área da saúde e organismos responsáveis pela formulação de políticas públicas, devido ao conteúdo formado por dados, análises e opiniões sobre temas dos direitos das mulheres no campo dos direitos sexuais e reprodutivos.

A *Folha Feminista* tem como público as próprias organizações feministas, e por isso a linguagem é voltada para a defesa das bandeiras do movimento. Mas a periodicidade irregular também acaba comprometendo seu efetivo papel na tematização regular de certas demandas das mulheres. A linguagem “militante”, centrada no discurso do movimento, é a base para as discussões trazidas através de artigos e demais textos no jornal.

A análise das produções impressas das organizações feministas evidencia o processo de construção de identidades de resistência e a luta pelos direitos das mulheres, a partir da elaboração de conteúdos críticos que projetam o feminismo como prática política. Porém, revela ainda que há uma carência de espaços informativos capazes de estabelecer a articulação no interior do movimento, canalizando ações de diferentes grupos; há redes e organizações que cumprem este papel, mas não há canais de comunicação que atuam nesta perspectiva, ainda que se perceba um esforço de articulação política interna nos jornais *Fêmea* e *Folha Feminista*.

Além disso, a ausência de profissionais da comunicação e as dificuldades financeiras vivenciadas pelas organizações muitas vezes impedem que a comunicação seja vista como um lugar estratégico onde se configuram as lutas pelos direitos das mulheres. E, sem uma proposta editorial clara, e uma linguagem voltada ao público a que se destinam, as produções de mídia correm o risco de não ecoarem nos espaços pretendidos, ou parecerem desconectadas do seu universo de ação.

No texto “Publicar é uma ação política”, Jacira Melo (2003) observa que, para que as publicações feministas constituam uma ação política direta, e não apenas um instrumento de divulgação das organizações, é preciso investir mais na preparação dos textos, para que se adaptem às necessidades e interesses do público, na profissionalização do processo editorial, no planejamento da distribuição dos materiais, na avaliação da recepção dos produtos, entre outros aspectos. Estes são, portanto, elementos que precisam ser considerados para uma comunicação mais sistemática no interior do movimento feminista.

Diante da contribuição dos jornais considerados para o debate feminista, em diferentes perspectivas, pode-se dizer que o jornalismo, no contexto das organizações, constitui uma forma de ativismo que integra as lutas do movimento, ainda que as publicações apresentem dificuldades para



canalizar este papel de articulação política. É neste sentido que se torna importante refletir sobre as produções midiáticas existentes e projetar a necessidade de pensar a mídia alternativa como um espaço de mobilização, visibilidade e fortalecimento das demandas feministas.

Referências bibliográficas

- BASTERD, Leila. “Comunicação: é falando que a gente se entende”. In: PROJETO MULHER. *Mulheres em Movimento*. Rio de Janeiro: Editora Marco Zero; Instituto de Ação Cultural, 1983. p. 13-16.
- CARDOSO, Elizabeth. “Imprensa brasileira pós-1974”. *Estudos Feministas*. Florianópolis: CFH/CCE/UFSC. V. 12, n. especial, 2004. p. 37-55.
- DOWNING, J. *Mídia Radical: Rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002.
- FESTA, Regina. *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.
- GRINBERG, Máximo Simpson. “Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades”. In: GRINBERG, Máximo Simpson (org.). *A comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- MELO, Jacira. “Publicar é uma ação política”. *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis: CFH/CCE/UFSC, vol. 11. n. 1, 2003. p. 298-301.
- MIGUEL, Sônia Malheiros. “Publicando nas ONGs feministas: entre a academia e a militância”. *Revista Estudos Feministas*. Florianópolis: CFH/CCE/UFSC, vol. 11. n. 1, 2003. p. 271-283.
- PERUZZO, Cicília M. Krohling. *Comunicação nos movimentos populares – A participação na construção da cidadania*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- TONELI, Maria Juracy Filgueiras. “Publicações feministas sediadas em ONGs: Limites, alcances e possibilidades”. *Revista Estudos Feministas*. Vol. 11, n. 1, 2003. p. 265-270.