

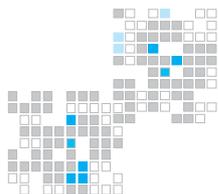
APROXIMACIONES ENTRE LA COMUNICACIÓN POPULAR Y COMUNITARIA Y LA PRENSA ALTERNATIVA EN BRASIL EN LA ERA DEL CIBERESPACIO¹



Cicilia M. Krohling Peruzzo

■ Docente del Programa de Postgrado en Comunicación Social de la Universidade Metodista de São Paulo. Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Escola de Comunicações e Artes de la Universidade de São Paulo. Autora de los libros *Relações públicas no modo de produção capitalista*; *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*; y *Televisão comunitária: dimensão pública e participação cidadã na mídia local* (en traducción libre, *Relaciones públicas en el modo de producción capitalista*; *Comunicación en los movimientos populares: la participación en la construcción de la ciudadanía*; y *Televisión comunitaria: dimensión pública y participación ciudadana en los medios de comunicación locales*).

■ E-mail: kperuzzo@uol.com.br



¹ Presentado en el NP [Núcleo de investigación, n.t.] Comunicación para la Ciudadanía, en el marco del XXXI Congreso Brasileño de Ciencias de la Comunicación, realizado del 2 al 6 de septiembre del 2008, en la Universidade Federal de Rio Grande do Norte, Natal, estado de Rio Grande do Norte, y promovido por la INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Versión revisada y ampliada. [Traducción al español de Óscar Curros M.]

RESUMEN

Se presenta una discusión sobre la comunicación alternativa a partir de su manifestación en el contexto del régimen militar en Brasil. Los objetivos son: caracterizar la comunicación alternativa en sus interfaces con la comunicación popular y comunitaria e identificar algunas de las nuevas formas de periodismo alternativo practicadas en la actualidad, con base en una investigación bibliográfica. Se concluye que las nuevas prácticas actualizan las formas de comunicación de los segmentos subalternos de la sociedad, perfeccionan las aproximaciones entre la comunicación popular y la comunitaria y las distinguen de la mayor parte de los medios de comunicación de masas alternativos, por su carácter autónomo.

PALABRAS CLAVE: PERIODISMO ALTERNATIVO; POPULAR; COMUNICACIÓN ALTERNATIVA; PRENSA; COMUNICACIÓN COMUNITARIA; CIBERESPACIO.

ABSTRACT

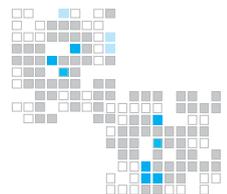
This reflection takes as a starting point the “alternative communication” during the military regime in Brazil. The objectives are to characterize alternative communication as it interfaces with popular and communitarian communication, and at the same time to identify some of the new configurations of alternative journalism practiced today, based on bibliographical research. We come to the conclusion that new practices modernize the structure of communication in underprivileged segments, improve the approach between popular and community communication, and therefore set them apart from the most alternative media for its independent and self sufficient character.

KEYWORDS: ALTERNATIVE JOURNALISM; POPULAR COMMUNICATION; ALTERNATIVE COMMUNICATION; ALTERNATIVE PRESS; COMMUNITY COMMUNICATION; CYBERSPACE.

RESUMO

Discussão sobre comunicação alternativa a partir de sua manifestação no contexto do regime militar no Brasil. Os objetivos são: caracterizar a comunicação alternativa nas suas interfaces com a comunicação popular e comunitária e identificar algumas das novas formas de jornalismo alternativo praticadas na atualidade, com base em pesquisa bibliográfica. Conclui-se que novas práticas atualizam as formas de comunicação dos segmentos subalternos da sociedade, aprimoram as proximidades entre a comunicação popular e a comunitária, distinguindo-as da maior parte da mídia alternativa por seu caráter autônomo.

PALAVRAS-CHAVE: JORNALISMO ALTERNATIVO; POPULAR; COMUNICAÇÃO ALTERNATIVA; IMPRENSA; COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA; CIBERESPAÇO.



Introducción

Este texto sitúa brevemente el tema de la comunicación alternativa a partir de su manifestación en el contexto del régimen militar en Brasil, en la última mitad siglo XX, cuando se mezcla con la comunicación popular. El objetivo es mostrar las especificidades del periodismo alternativo en sus interfaces con la comunicación popular y comunitaria, además de identificar algunas de sus manifestaciones actuales en la realidad brasileña, para comprender las alteraciones en circulación. Se trata de un estudio bibliográfico con un abordaje histórico-dialéctico. Presentamos algunos apuntes iniciales de un estudio más amplio, en el intento de contribuir al debate suministrando elementos para responder a posibles dudas sobre las delimitaciones rígidas por veces buscadas entre la comunicación popular y comunitaria y la prensa alternativa.

1. Orígenes y conceptos de la comunicación alternativa

Como su propio nombre indica, la comunicación alternativa se baliza por una proposición diferente: pretende ser una opción como canal de expresión y de contenidos info-comunicativos, frente a los grandes medios de comunicación comerciales y los medios de comunicación públicos de tendencia conservadora. Partiendo de este supuesto, se viene desarrollando a lo largo de la historia una praxis comunicacional —teoría y práctica— diversa, que se modifica según el contexto histórico en el que se realiza.

Sus diferencias se perciben en la dirección político-ideológica, en la propuesta editorial (tanto por el enfoque dado a los contenidos como por los asuntos tratados y el abordaje crítico) en los modos de organización (de base popular, colectiva, apoyados en militantes) y en las estrategias de producción/acción (vínculo local, participación activa, libertad de expresión, uso movilizador), entre otros aspectos. Hubo

un tiempo en el que producir y difundir boletines, panfletos, periódicos etc. significaba un gran riesgo de cárcel y de condena política. En el contexto del régimen militar, se producía la comunicación alternativa clandestinamente, pues había control estatal y censura.

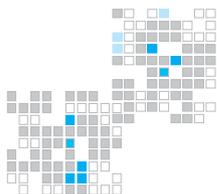
En su conjunto, la comunicación alternativa representa una contracomunicación, otra comunicación, elaborada en el ámbito de los movimientos populares y las “comunidades”; su objetivo es ejercer la libertad de expresión, ofrecer contenidos diferenciados, servir de instrumento de concienciación y, así, democratizar la información y el acceso de la población a los medios de comunicación, para contribuir a la transformación social.

Con el paso del tiempo, el uso del término *alternativo* para calificar una modalidad de comunicación se fue volviendo más complicado, porque su significado, ante las diferentes prácticas que fueron surgiendo, no es unívoco. Puede referirse tanto a periódicos y otros canales de comunicación independientes, orgánicos o no, a movimientos sociales y organizaciones congéneres, como a periódicos alternativos elaborados por segmentos de la pequeña burguesía¹ y vendidos en quioscos, o a la comunicación popular y comunitaria, propiamente dicha, y todavía a aquella producida por segmentos combativos de la oposición sindical.

Entendemos por comunicación alternativa una comunicación libre²; es decir, que se rige por la desvinculación de aparatos gubernamentales y empresariales de interés comercial y/o político—

1 Raimundo Rodrigues Pereira (1986, p.55-56) llega a decir que “la prensa alternativa fue una expresión de la burguesía de clase media, de los trabajadores y de la pequeña burguesía, que defendieron intereses nacionales y populares; por lo tanto, condenaba al régimen militar”.

2 Nos referimos aquí a la prensa libre en la perspectiva de la comunicación alternativa. Por lo tanto, no estamos generalizando para otros tipos de prensa libre, también posible y deseable, como es el caso de los grandes periódicos comerciales y otros canales de comunicación cuando ejercen la libertad de expresión, contrariando incluso intereses de gobiernos y de otras fuerzas sociales.



(...) la comunicación alternativa representa una contracomunicación, otra comunicación, elaborada en el ámbito de los movimientos populares y las “comunidades” (...)

conservador. No se trata únicamente de periódicos, sino también de otros medios de comunicación, como la radio, el vídeo, panfletos, etc.

Históricamente la posición político-ideológica de este tipo de comunicación en Brasil es de carácter contestatario al *status quo* y sirve como canal de expresión de sectores subalternos organizados de la población, con el objetivo de obtener respuestas a sus demandas, ligadas a necesidades sociales y económicas derivadas de las desigualdades sociales (condiciones de vivienda, de salud), así como a las luchas para democratizar la política y la sociedad, además de aquéllas del mundo del trabajo, que buscan mejorar las condiciones laborales y la distribución de la renta.

A pesar de la diversidad de las formas de comunicación alternativa, es posible agruparlas en dos grandes corrientes, que también tienen sus desdoblamientos: comunicación popular, alternativa y comunitaria; y prensa alternativa.

2. La corriente de comunicación popular, alternativa y comunitaria

La primera corriente, a la que podemos llamar comunicación popular, alternativa y comunitaria, está constituida por iniciativas populares (además de periódicos) y orgánicas a los movimientos sociales. Son experiencias denominadas también, con frecuencia, comunicación participativa, dialógica, educativa, horizontal,

comunitaria o radical³. Se trata de una comunicación que proviene de segmentos poblacionales subalternos y que también puede percibirse en sus singularidades a partir de otros ángulos, como el del contenido, el del formato, el de la propiedad y el del control colectivo de la gestión, del nivel de participación popular, del público destinatario que se convierte en emisor, la finalidad y el lenguaje⁴.

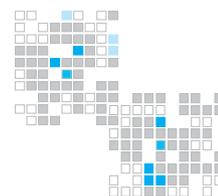
Uno de los aspectos centrales que deben resaltar es que se trata de una comunicación cuyo origen se vincula a la acción de los movimientos populares desde la década de 1970 y precedentes; por lo tanto, es típica del proceso de reacción a las órdenes de la dictadura militar, sin menospreciar el hecho de que en las primeras décadas del siglo pasado también existieron periódicos y otros medios de comunicación alternativa al servicio de los intereses de los trabajadores⁵. Estamos hablando, pues, de una comunicación que se vincula a los movimientos populares y a otras formas de organización de segmentos poblacionales movilizados y articulados y que tienen por finalidad contribuir al cambio social y a la ampliación de los derechos de la ciudadanía.

Son reconocidos como pertinentes tanto los productos de comunicación gestados dentro de los movimientos como aquéllos hechos fuera, pero que de algún modo contribuyen al proceso de concienciación y acción. En esta fase, un

3 John Downing (2002) prefiere llamar a los variados tipos de comunicación alternativa “medios de comunicación radicales”.

4 Máximo Simpson Grinberg, ya en la década de 1980, llamaba la atención sobre las diferentes perspectivas de lo alternativo. El texto “Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades” (en traducción libre, “Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades”), que forma parte de la recopilación “A comunicação alternativa na América Latina” (en traducción libre, “La comunicación alternativa en América Latina”), organizada por él mismo y publicada en Brasil por la Editora Vozes, en 1987, detalla el asunto. Regina Festa también realizó una gran contribución en ese sentido, en la recopilación “Comunicação popular e alternativa” (en traducción libre, “Comunicación popular y alternativa”) (1986), al documentar experiencias populares y analizar el periodismo alternativo y la comunicación popular de entonces.

5 Ver Peruzzo (2004).



tipo de prensa sindical, aquélla generada fuera de las instancias oficiales de los sindicatos —en la época, éstos eran totalmente controlados por el gobierno militar—, principalmente la *Oposição Sindical*, movimiento que difundía sus boletines, panfletos, poesías y piezas teatrales delante la fábricas, en una línea contestataria al orden establecido, reivindicando cambios, también desem-

La historia sigue su curso dinámico. La dictadura se flexibiliza, agoniza y muere. Hay avances en la democracia política.

peñó un papel importante como medio alternativo de información y comunicación.

La historia sigue su curso dinámico. La dictadura se flexibiliza, agoniza y muere. Hay avances en la democracia política. Los movimientos sociales populares⁶ crecen y después muchos resurgen, otros desaparecen y algunos nacen o se revigorizan, dinámica que la comunicación popular y alternativa parece seguir. Últimamente, más precisamente en el inicio de este siglo, se observa una retomada creciente de iniciativas de comunicación popular, alternativa y comunitaria en Brasil, que ahora incorpora innovadores formatos y canales de difusión posibilitados por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs). Son experiencias ligadas a movimientos sociales, asociaciones comunitarias y de varios otros tipos de organizaciones no gubernamentales, segmentos comunitarios autónomos (infanto-juvenil, estudiantil etc.), proyectos de extensión (y de otros tipos) de universidades, iniciativas de radio-escuela que muchas veces extrapolan el espacio escolar y establecen vínculos con la “comunidad” local. Son peque-

ños periódicos, fanzines, altavoces, periódicos-mural, *webrádios*, bicicletas de sonido, coches de sonido, grupos de teatro, vídeos, radios comunitarias, canales comunitarios de televisión, blogs, *fotologs*, *websites*, *e-zines* etc., que sirven como pretexto para la realización de actividades de educación informal o no formal.

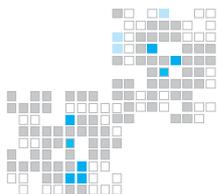
En las experiencias de carácter popular-comunitario, la finalidad, en última instancia, es favorecer la autoemancipación humana y contribuir a la mejoría de las condiciones de existencia de las poblaciones empobrecidas, para reducir la pobreza, la discriminación, la violencia etc., así como avanzar en la equidad social y en el respeto a la diversidad cultural. Sin embargo, la Comunicación no se presta a hacer cambios sola⁷. La visión del uso de los medios meramente para difundir contenidos educativos está superada. Se trata de su inserción en procesos de movilización y de vínculo local o identitario sintonizados con programas más amplios de organización-acción, de los movimientos sociales populares. Éstos privilegian la atención a las necesidades concretas de algunos segmentos poblacionales, de acuerdo con cada realidad. En esta praxis se produce la Educomunicación comunitaria, una modalidad de comunicación educativa que se constituye en la ascensión de las dinámicas dirigidas al cambio social —ampliación de la ciudadanía— o, en otros términos, de una *Comunicación para el Desarrollo*⁸sostenible; o, mejor dicho, de comunicación para la transformación social o para la ciudadanía.

Conceptualmente, la comunicación popular, alternativa, comunitaria y/o radical se confunden. La confusión ocurre porque, a pesar de tener denominaciones diferentes, en la práctica, en muchos casos los objetivos, los procesos de-

6 Sobre los movimientos sociales en las décadas de 1980 y 1990, ver Maria da Glória Gohn (2004).

7 Desde la década de 1980, Mario Kaplún, Juan Díaz Bordenave y Luis Ramiro Beltrán, entre muchos otros, insisten en la noción de interacción de la comunicación en los procesos organizativos y educativos populares.

8 Ver CONTEÇOTE, Marcelo Luis (2008).



sarrollados y la estrategia son los mismos o, por lo menos, semejantes. Sin embargo, a pesar de las aproximaciones de sentido, en el recorrido de la democratización del país, en los años recientes, algunas de esas denominaciones se fueron configurando con perfiles más específicos. La principal razón de esta alteración está en el cambio del contexto histórico en el que las banderas de lucha se amplían, teniendo en vista que ya no existe el carácter explícito de oposición política al autoritarismo militar y sus desdoblamientos, que antaño unía a las izquierdas. Una de esas denominaciones es comunicación comunitaria, que acabó configurándose como una vertiente más específica debido a las prácticas sociales desarrolladas⁹. La radio comunitaria, por ejemplo, extrapola el escenario de los movimientos populares y se relaciona con públicos más amplios. Otra vertiente que también adquirió fisionomías diferenciadas con el paso del tiempo fue la prensa alternativa, como veremos más adelante.

3. La corriente prensa alternativa

La corriente prensa alternativa engloba el periodismo alternativo practicado en el contexto de los movimientos populares, tal y como explicamos en el apartado anterior; la prensa “popular”¹⁰, ligada a organismos comprometidos con las causas sociales, pero con publicaciones de porte mejor elaborado y con tiradas mayores¹¹; la prensa político-partidaria¹²; la prensa sindical

combativa¹³; y el periódico alternativo¹⁴ propiamente dicho, caracterizado como de información general, a semejanza de los diarios, semanarios o publicaciones mensuales, con un abordaje crítico. Ese último modelo se constituye en un tipo especial de periódico, caracterizado como independiente y no alineado con gobiernos ni con el modo de operar de los grandes medios de comunicación de masas, lo cual incluye la puesta en marcha del medio como empresa privada y su consiguiente sumisión a la lógica del mercado, como una forma de generar lucros, con un sistema de gestión burocrático y una alineación estratégica con los intereses ideológicos y políticos de las clases dominantes.

Al periodismo alternativo de base popular le corresponden las características mencionadas en la primera parte del texto. Al periodismo político-partidario y al sindical le compete tratar de asuntos de sus campos de actuación. En cambio, el periodismo alternativo de información general, importante segmento de la prensa brasileña tanto por su osadía como por la fuerte persecución, que culminó en su extinción durante la dictadura militar, apunta a la cuestión de la gobernanza pública.

Aunque haya existido en otros momentos históricos, la prensa alternativa marcó una época durante el régimen militar en Brasil y está representada por periódicos que aspiraban a cambios en la sociedad. Osaron ofrecer contenidos alter-

9 Más detalles están disponibles en Peruzzo (2008, en prensa).

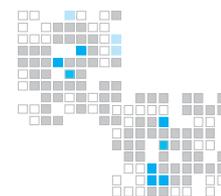
10 En expresión de Regina Festa (1986).

11 Como, por ejemplo, el periódico *Mulherio* (producido por un grupo de mujeres), el *Porantin* (del Conselho Indigenista Missionário - CIMI) sobre la cuestión indígena y el *Jornallivro* (producido por entidades y grupos dirigidos al trabajo de educación de base (FESTA, 1986, p.25) que existieron en las décadas de 1970/80. El *Porantin* continúa publicándose. En junio/julio del 2008 publicó su 306ª edición. El CIMI posee también la radio *Porantin* online y la revista *Mensageiro*, dedicadas a las problemáticas de los pueblos indígenas. Otras iniciativas también llevan adelante propuestas crítico-transformadoras de la realidad, como el *Vida Missionária*, periódico de los Missionários do Verbo Divino y de las Missionárias Servas do Espírito Santo; y el *Vai Vem*, Boletín de las Migraciones del Servicio Pastoral de los Migrantes de la Archidiócesis de São Paulo, entre muchos otros.

12 Expresada en periódicos como *Voz da Unidade*, *Tribuna da Luta Operária*, *Companheiros* y *Em Tempo* (FESTA, 1986, p.25)

13 Que editó importantes periódicos, como la *Tribuna Metalúrgica* y *Folha Bancária*, aún existentes.

14 Sobre este tipo de periódico alternativo, recomendamos la lectura de CHINEM (1995); KUCINSKI (1991); VOZES DA CIDADANIA (2006) y FESTA; SILVA (1986).



nativos a aquellos publicados por la gran prensa, entonces bajo censura o servil a los intereses del Estado de excepción. Analizaban críticamente los acontecimientos y, en el fondo, proponían un tipo de desarrollo¹⁵ diferente de aquél en vigor.

Entre los más famosos están los periódicos *PIF-PAF*, lanzado en 1964; *Pasquim* (1969); *Posição* (1969); *Opinião* (1972); *Movimento* (1975); *Co-jornal* (1975); *Versus* (1974); *De Fato* (1975); y *Extra* (1984), entre otros. Eran periódicos dirigidos y elaborados por periodistas de izquierda, algunos ligados a la pequeña burguesía, que, cansados del autoritarismo, aspiraban a un nuevo proyecto social y se preocupaban de informar la población sobre temas de interés nacional desde una perspectiva crítica (KUCINSKI, 1991, p.XVI)¹⁶.

Para Bernardo Kucinski (1991, p.5),

los protagonistas de la prensa alternativa de los años 70 constituían, así, una subcultura que se distinguía del grueso de los periódicos e intelectuales por su disposición contestataria, por su propensión al activismo, por su intransigencia intelectual y, en cierta medida moral, por la afinidad con los motivos ideológicos que movían a los activistas políticos.

Este tipo de periódico alternativo representaba, de hecho, una alternativa de lectura a los grandes periódicos entonces existentes, aunque tratase básicamente de temas del mismo ámbito que aquéllos, además, está claro, de aquéllos entonces prohibidos, ya que la prensa estaba bajo los efectos de la censura. Los alternativos también eran vendidos en quioscos o comercializados por empresas y tenían una fuerte penetración en las filas progresistas.

De ese modo, lo que caracteriza este tipo de periódico como alternativo era el hecho de represen-

tar una opción como fuente de información, por la cobertura de temas ausentes de los grandes medios de comunicación y por su abordaje crítico de los contenidos que ofrecían. En cambio, los pequeños periódicos, los boletines informativos y otras formas de periodismo popular, también conocidas como alternativas, desde nuestro punto de vista, no eliminaban la necesidad de leer los periódicos convencionales, pues sus contenidos eran más específicos y estaban relacionados con las problemáticas locales o con determinados segmentos sociales.

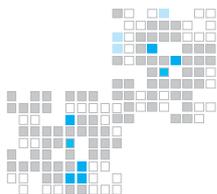
3.1. El periodismo alternativo se reinventa

Pasados los años en los que la prensa alternativa desapareció del escenario brasileño debido a la dictadura militar, así como aquéllos de reorganización de las fuerzas sociales en el contexto de la redemocratización, que posibilitaba más libertad, el inicio del siglo XXI está marcado por el surgimiento de diversas formas alternativas de expresión, que se vigorizan de un modo extraordinario. Se reeditan formas de expresión impresas y audiovisuales, se crean nuevos canales y, a la vez, se reinventan mediante nuevos formatos digitales favorecidos por los avances tecnológicos. Pero permanece su carácter alternativo, como ya explicamos.

En ese escenario, surgen nuevos periódicos, vídeos, *webrádios*, *home pages*, *fotologs*, *videologs*, *podcasts*, *e-zines*, revistas..., y se crean agencias alternativas de noticias. Los productos editoriales de esa naturaleza asumen formatos diversos: impreso, audiovisual y online. Crece el número de observatorios para vigilar la actividad de los medios de comunicación. Surgen colectivos de comunicación, como el Centro de Mídia Independente (CMI). Se crean nuevos canales de comunicación, como los *websites* colaborativos y otras formas de redes sociales. Proliferan los *weblogs*.

15 Bernardo Kucinski (1991) trata claramente de esta cuestión, además de decir que los periodistas también querían desarrollar su producción profesional e intelectual con libertad.

16 Ver también Pereira (1986).



Entre las varias iniciativas recientes apuntamos algunas a título de ilustración: a) Agência de Informação Frei Tito para a América Latina (ADITAL)¹⁷, que ofrece noticias de América Latina y del Caribe en una línea crítico-progresista. b) Revista Caros Amigos¹⁸. Es mensual editada por la Casa Amarela. Ofrece abordajes crítico-reflexivos de izquierda sobre temas de la actualidad. c) Agência Brasil de Fato y periódico Brasil de Fato. La propuesta es ofrecer “una visión popular de Brasil y del mundo”. Ambos están ligados al Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem terra (MST). El periódico es un “semanario político, de circulación nacional, cuyo objetivo es contribuir al debate de ideas y al análisis de los hechos desde el punto de vista de la necesidad de cambios sociales en Brasil”. Fue creado por movimientos sociales, como el Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Via Campesina, Consulta Popular y pastorales sociales. Su lanzamiento se produjo el 25 de enero del 2003¹⁹. d) Le Monde Diplomatique Brasil. Es una iniciativa conjunta del Instituto Paulo Freire y el Instituto Pólis. Con ediciones electrónica e impresa en portugués, analiza críticamente y en profundidad los más importantes acontecimientos de la actualidad. Lanzado en 1954, en Francia, se publica hoy en 23 idiomas y en 34 países. Su primera edición en portugués vio la luz en el 2007²⁰. e) Agência de Notícias dos Direitos da Infância (ANDI). Trabaja con “comunicación para los derechos del niño y del adolescente”. Fundada en 1992, ANDI desarrolla trabajos que sobrepasan los de una agencia de noticias convencional²¹. f) Agência de Notícias

17 Realiza investigaciones y se relaciona con periodistas y universidades, con el objetivo de concienciar, cualificar y movilizar en el área de los derechos del niño y el adolescente. www.adital.org.br

18 www.carosamigos.terra.com.br

19 Las organizaciones fundadoras entienden que, “en la lucha por una sociedad justa y fraterna, la democratización de los medios de comunicación es fundamental”. Fuente: www.brasildefato.com.br

20 Fuente: www.diplo.com.br

21 Fuente: <http://www.redeandibrasil.org.br/>

Carta Maior. Publicación electrónica multimedia que nació en el 2001 y que tiene en su ideario el compromiso de contribuir a “desarrollar un sistema de medios de comunicación de masas democráticos en Brasil”²². g) Revista OCAS. La revista OCAS (Organização Civil de Ação Social)²³ se produce para ser vendida exclusivamente por personas en situación de calle. Representa, por lo tanto, una fuente de renta y de nuevas relaciones, que posibilita un nuevo rumbo en la dirección de

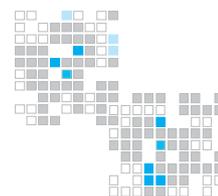
(...) el inicio del siglo XXI está marcado por el surgimiento de diversas formas alternativas de expresión (...)

superar la condición de vivir en la calle. Hay publicaciones similares, como Trecheiro (São Paulo) y Boca de Rua (Porto Alegre). h) Centro de Mídia Independente (CMI) / CMI Brasil. Organizado internacionalmente, CMI tiene redes en varios países. Está constituido por voluntarios, que militan tanto por medio de la red mundial de ordenadores —cada uno puede subir sus piezas a la Web, participar en discusiones etc.—, como en proyectos concretos, ligados a movimientos sociales. CMI Brasil se autodenomina “red de productores y productoras independientes de medios de comunicación, que busca ofrecer al público una información alternativa y crítica de calidad, que contribuya a la construcción de una sociedad libre, igualitaria y que respete el medio ambiente. [...] Quiere dar voz a quienes no tienen voz, constituyendo una alternativa consistente a los medios de comunicación de masa empresariales” [...]”²⁴. i) Overmundo. “Overmundo es una

22 “Y, de un modo más amplio, trabajar por la democratización del Estado brasileño, por el fortalecimiento de la integración sudamericana y de todos los movimientos que luchan por la construcción de una globalización solidaria”. Fuente: <http://www.cartamaior.com.br>

23 Fuente: www.ocas.org.br

24 Fuente: www.midiaindependente.org



Web colaborativa. Un colectivo virtual. Su objetivo es servir como canal de expresión para la producción cultural de Brasil y de comunidades de brasileños esparcidas por el mundo”²⁵, sobre todo para quienes no tienen acceso a los grandes medios de difusión. Adopta como política de publicación la licencia Creative Commons. Overmundo contribuye a difundir el agregado de información cultural de forma descentralizada. j) Observatório do Direito à Comunicação²⁶. Iniciativa del Intervozes – Colectivo Brasil de Comunicação Social, “cuyo objetivo central es crear un ambiente de seguimiento, fiscalización y reflexión sobre las políticas públicas del campo de la comunicación”²⁷. l) Blog. Es una página electrónica en la cual se publican mensajes a criterio de su responsable. Ejemplos: Comunidade em Ação²⁸ y Helipa Informa²⁹ son blogs creados por los estudiantes del II Curso Correspondentes da Cidadania (II Curso Correspondentes de la Ciudadanía)³⁰, desarrollado para alumnos de escuelas públicas de Heliópolis (São Paulo, capital).

Como se ve, hay una confluencia de diferentes medios y propuestas editoriales. Internet, al invertir la lógica de la producción centrada en un emisor y dirigida a muchos (de uno a todos) y cambiarla por aquella en la que todos pueden volverse emisores y ser leídos o vistos/oidos por todos (de todos a todos), amplía las posibilidades comuni-

25 De ese modo toda la sociedad puede libremente compartir lo que está en la Web, desde que sea para fines no comerciales. Fuente: www.overmundo.org.br

26 Ver también <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/>

27 Pretende reunir, organizar y ofrecer [...] referencias concretas” sobre acontecimientos y reflexiones relativos a los derechos a la comunicación”. <http://www.direitoacomunicacao.org.br>

28 <http://heliopoliscomunidadeemacao.blogspot.com/>

29 <http://helipainforma.blogspot.com/>

30 Curso de formación en comunicación relacionado con la Rádio Comunitária Heliópolis, cuyo objetivo fue colaborar para incrementar su periodismo con información local. Fue coordinado por: OBO-RÉ Projetos Especiais, Núcleo de Pesquisa de Comunicação Comunitária e Local (COMUNI/ Metodista) y Projeto Redigir (alumnos de la Escola de Comunicações e Artes de la Universidade de São Paulo - ECA-USP).

cativas y de participación social. La facilidad con que cada ciudadano puede volverse “periodista” es incomparable con la de períodos anteriores. La construcción de blogs y *websites* es cada vez más accesible. *Youtube* divulga una producción antes relegada a videotecas universitarias.

Sin embargo, hay diferencias, sobre todo en lo que se refiere a los blogs y similares. Todo blog puede ser independiente o autónomo; pero no todos son alternativos, en la perspectiva de su coherencia con la propuesta histórica del fenómeno comunicación alternativa. Hay tanto medios cuya finalidad es ofrecer contenidos convenientes a la ampliación de los derechos de la ciudadanía y a establecer la justicia social como otros que representan más intereses individuales y de autoexpresión, que pueden ser de diferentes matices, hasta incluso conservadores o privado-mercantiles. Históricamente, en Brasil, la prensa alternativa se rige por una línea editorial crítico-progresista en pro de la democracia. Una comunicación contra hegemónica.

4. Aproximaciones y distinciones

Las manifestaciones de la comunicación popular, alternativa y comunitaria —del vídeo popular y de la radio libre o comunitaria³¹ al sitio Web colaborativo o al periódico alternativo de circulación regional o nacional— expresan el protagonismo de segmentos poblacionales descontentos con el status quo. Ocurren en el auge de luchas populares a partir de los espacios de vivencias cotidianas en las localidades y en otros lugares de relaciones, como el ciberespacio.

Hay quien pregunte cuáles son las diferencias entre tales manifestaciones. En realidad, las necesarias demarcaciones de fronteras entre ellas tienden a no resistir a la realidad, que normalmente extrapola los conceptos y da pistas para su refor-

31 Con las debidas salvedades, al final ni todas las emisoras que se denominan comunitarias se rigen por principios convenientes. Muchas reproducen la lógica y los “vicios” de las radios comerciales.

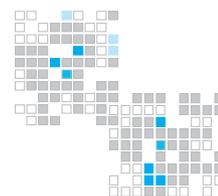
mulación, en razón de su dinamismo y del carácter ínter y transrelacionado de las relaciones entre organización-acción social-comunicación. En las prácticas sociales, los procesos comunicacionales son holísticos. No se disocian de movilizaciones más amplias y pueden asumir un hibridismo de lenguaje, finalidades, formatos, contenidos y prácticas de producción. Los elementos principales que caracterizan la comunicación como popular, comunitaria y/o alternativa están en el proceso, en las prácticas sociales, en las relaciones que se establecen, y no en el tipo de medio utilizado, ni en otra característica cualquiera (lenguaje, propiedad, formato) tomada aisladamente. Lo que importa es el conjunto de la praxis y el significado que tiene para la comunidad. El habitante puede no participar directamente en la gestión; pero tener espacio para programas, participar en las reuniones de contenido, etc. Puede no participar en las reuniones de contenido; pero tener voz activa en la programación.

Sin embargo, a efectos didácticos, y sin perder otra característica de ese hibridismo, la confluencia, en términos políticos e ideológicos, entre experiencias aparentemente distantes, las singularidades de la comunicación popular, alternativa y comunitaria, en este comienzo de siglo, permiten la identificación de las siguientes categorías:

Comunicación popular, alternativa y comunitaria: se trata de una vertiente constituida por iniciativas populares (del pueblo) en el contexto de localidades, barrios, comunidades (presenciales o virtuales), movimientos sociales y organizaciones civiles congéneres sin fines lucrativos. Surgen para suplir necesidades de expresión de segmentos de las clases subalternas en sus luchas por el establecimiento de la justicia social. Construyen otra comunicación, que se distingue de la producida por los medios de comunicación de masas comerciales por los contenidos difundidos, los formatos, los sistemas de gestión y/o por la participación de la población y el compromi-

so con el interés público. Se configura en: a.1.) **Comunicación popular y comunitaria:** procesos de comunicación constituidos en el ámbito de movimientos sociales populares y comunidades de diferentes tipos, tanto las de base geográfica, como aquéllas marcadas por otros tipos de afinidades. No tiene fines lucrativos y su carácter es educativo, cultural y movilizador. Se caracteriza por la participación activa horizontal (en la producción, en la emisión y en la recepción de contenidos) del ciudadano, lo que la vuelve un canal de comunicación perteneciente a la comunidad o al movimiento social; por lo tanto, debe someterse a sus demandas. a. 2.) **Comunicación popular-alternativa:** procesos de comunicación constituidos por iniciativas que contemplan la participación de segmentos populares, pero no responden o no son asumidos por la comunidad como un todo. Por regla general, son motivados o viabilizados por organizaciones no gubernamentales (ONGS), fundaciones, proyectos de universidades, órganos públicos, iglesias etc.; pero también pueden funcionar a partir de iniciativas autóctonas. Tienden a confundirse con la comunicación comunitaria debido a las similitudes, o incluso acabar constituyéndose como tal.

Prensa alternativa: se trata de una vertiente que reúne procesos de comunicación básicamente periodísticos, que pueden asumir fisionomías más amplias, de carácter autónomo, y, por naturaleza, no alineados con los estándares de los medios de comunicación convencionales, gobiernos y demás sectores que representan a las clases dominantes. Los canales alternativos de mayor porte se constituyen como alternativas y fuentes de informaciones. Por las características específicas de algunos de sus segmentos, pueden agruparse en: b.1.) **Periodismo popular-alternativo (o de base popular):** se efectúa de modo participativo; una vez ligado a movimientos populares, asociaciones, entidades relacionadas con sectores progresistas de iglesias, ONGS etc., se configura y



circula en el mismo universo de la comunicación popular y comunitaria. b.2.) **Periodismo alternativo colaborativo (de información general o especializada)**: se ocupa, fundamentalmente, de transmitir una visión diferenciada y crítica de los acontecimientos que normalmente ya son tratados por los grandes medios de comunicación de masa, además de temas omitidos por éstos³². Puede también tratar específicamente de política, economía, cuestiones locales, cuestiones juveniles, crítica a los medios de comunicación y temas semejantes. Su carácter colaborativo puede darse a partir de dos perspectivas. La primera, por el sentido de ayuda y colaboración instituida y practicada, por regla general, por voluntarios que llevan adelante alguna propuesta editorial diferenciada. Esta dimensión es característica de la comunicación popular, comunitaria y alternativa a lo largo de los tiempos y utiliza como soporte medios impresos, orales, audiovisuales y/o digitales. Como ejemplo, podemos citar la revista *Viração* y el periódico *Trecheiro*. La segunda perspectiva se refiere a procesos interactivos en los medios de comunicación digitales, en la lógica de la Web 2.0, a través de sitios Web colaborativos, en los cuales los miembros y los militantes usuarios de la Internet pueden contribuir con contenidos producidos por ellos mismos e insertados en el sistema online. Tales webspacios se rellenan mayoritariamente con contenidos elaborados por los propios usuarios. Ejemplos: Centro de Mídia Independente (CMI), Overmundo, Canal Motoboy, Wikinews y Youtube³³.

b.3.) **Periodismo alternativo autónomo**: prensa producida por individuos aisladamente o hasta por microempresarios. Puede ser de información general, literaria, política, etc. b.4.) **Periodismo**

político-partidario: prensa bajo la dirección de partidos políticos, candidatos a cargos electivos o a “mandatos” de concejales, diputados y senadores en el ejercicio de la función pública de representación. b.5.) **Periodismo sindical**: prensa producida en el universo de los sindicatos de trabajadores y organizaciones similares de categorías profesionales (metalúrgicos, profesores etc.).

Se deduce, pues, que una parte de la prensa alternativa se diferencia de la comunicación popular y comunitaria por un cierto distanciamiento de los movimientos sociales y comunidades, pues, por regla general, es independiente de los mismos como medio de comunicación, aunque haya vínculos ideológicos o políticos. Lo que no quiere decir que no existan medios alternativos orgánicos a movimientos sociales, como es el caso del periódico *Brasil de Fato* (ligado al Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra - MST) y periódicos de sindicatos, de asociaciones de habitantes etc.

Por otro lado, recordamos que el objetivo de la categorización expuesta es tan sólo facilitar la comprensión. No sirve para clasificar y explicar toda y cualquier experiencia, pues las prácticas comunicativas de base popular y alternativa tienden a conjugar más de una dimensión. Tampoco sirve para demarcar fronteras inflexibles donde éstas no existen, es decir, en la realidad concreta. El periódico *AJindo*³⁴, idealizado por jóvenes indígenas de Dourados, en el estado de Mato Grosso do Sul, por ejemplo, conjuga lo popular y lo alternativo³⁵.

Entre las marcas de la comunicación popular, comunitaria y alternativa actual, en el conjunto, están la diversidad de perspectivas político-editoriales (desde enfoques críticos y contestadores, pasando por los políticos y educativos y hasta los

32 No confundir con el periodismo colaborativo practicado por la gran prensa.

33 Por regla general son iniciativas creadas y mantenidas por colectivos, redes civiles, cooperativas, Organizaciones No Gubernamentales, Organizaciones Sociales de Interés Público (OSCIPs), ligadas directamente o no a movimientos sociales.

34 Ação de Jovens Indígenas de Dourados.

35 Ver OTRE, M. A. C. (2008)

literarios y artísticos) y la agregación de formas innovadoras de comunicación (espacios colaborativos, blogs etc.), además de la continuidad de experiencias de cuño comunitario y alternativo y aquéllas más recientes, que involucran a jóvenes, adolescentes, adultos y niños. Ejemplificando: la radio popular mediante sistemas de altavoces continúa viva en muchas localidades brasileñas. El *Jornal Pessoal*, un alternativo que molesta a gente poderosa en la Amazonía, se mantiene hace dos décadas, bajo la dirección del periodista Lúcio Flávio Pinto, en el estado de Pará. En São Paulo, jóvenes ayudan en la idealización y producción de la revista alternativa *Viração*³⁶. Surge un periódico en bolsas de pan, como es el caso de *Forninho*³⁷, creado en Vitória, Espírito Santo. Adolescentes y jóvenes son incentivados a aprender a operar la webradio del Grupo Cultural AfroReggae, de Río de Janeiro. Participantes en talleres de serigrafía y de hip-hop (rap, break, grafito y DJ), en especial, jóvenes habitantes de chabolas de Río de Janeiro, se intercalan en la producción del periódico *Voz da Periferia*, en la elaboración y difusión de programas de radio y en la participación en consejos populares locales, por iniciativa del Movimiento Enraizados. Este movimiento surgió en Río de Janeiro y ya se volvió una red actuante en más de dieciséis estados de Brasil. Hay periódicos producidos para y/o por la población en situación de calle, tales como: *O Trecheiro* (São Paulo-SP), *Boca de Rua* (Porto Alegre – RS), *Revista Ocas* (São Paulo-SP, Río de Janeiro-RJ y Belo Horizonte-MG), *Aurora da Rua* (Salvador-BA) e *Informativo do Catador* (Río de Janeiro-RJ).

En el contexto actual, hay algo innovador en el campo de la comunicación comunitaria y alternativa, en especial, la periodística. Es la posibilidad real de que cualquier ciudadano se vuelva

“periodista”. Se trata de la práctica del “periodismo ciudadano” y de fuentes abiertas (open sources) de la era digital, que derrumba la figura del gatekeeper³⁸ e incentiva la participación activa de las personas en el quehacer comunicacional. Es un campo abierto para el rescate de la palabra del pueblo, que tanto quería Paulo Freire. Pena que la mayoría del pueblo todavía esté distante del acceso a Internet.

Pero el fenómeno de la comunicación participativa online no está relacionado sólo con cuestiones tecnológicas. Wolton (2003, p.188), alerta que “las nuevas tecnologías de la comunicación constituyen, en realidad, una innovación técnica; sin embargo, como el estatuto de la comunicación en una sociedad no depende sólo de la técnica, sino también de las dimensiones culturales y sociales, es en relación a este conjunto de tres características que hay que realizar las evaluaciones”.

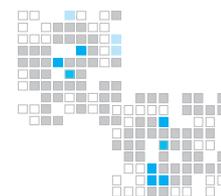
La comunicación comunitaria y alternativa viene contribuyendo a forjar una mutación en las prácticas constitutivas del ejercicio de la ciudadanía. Hay reelaboraciones culturales en circulación en razón del inconformismo ante las relaciones desiguales entre dominantes y subalternos, construidas históricamente en todos los niveles. Hace unas tres décadas la temática del derecho a la comunicación, por ejemplo, no encontró resonancia en las sociedades latinoamericanas, hoy se asume como algo imprescindible, aunque sea en el nivel de movimientos de derechos humanos y de aquellos ligados a la Comunicación.

Las nuevas manifestaciones alternativas de comunicación, al incorporar soportes digitales e interactivos en tiempo real, engendran no sólo contenidos diferenciados a partir de nuevas miradas, teniendo como objetivo la *desalienación*, sino también nuevos procedimientos de acción en la construcción y difusión de mensajes, en la sociali-

36 Ver TEIXEIRA, N. (2007)

37 Periódico impreso en bolsas, que sirve para embalar panes y se usa en panaderías. En él se comunican informaciones sobre eventos culturales, indicaciones de salud etc.

38 “Portero” (controlador) que selecciona lo que entra o no en el medio de comunicación.



zación de conocimientos técnicos (y otros), en la creación de códigos compartidos de conducta y en la institución de nuevas relaciones sociales de producción, que ponen en suspensión la jerarquía y la burocracia tradicionales, así como el sentido de la propiedad privada.

Por lo tanto, la constatación de que Internet estimula un estándar de sociabilidad individualista³⁹ es sólo una cara del fenómeno, pues la red también favorece las articulaciones comunitarias y las formas de expresión colectivas y colaborativas, como bien demuestran las apropiaciones del ciberespacio por parte de movimientos sociales, comunidades y otros colectivos cívicos en red⁴⁰.

La tendencia a la individualización puede ser una alerta de que no basta crear un canal de comunicación, ni incluso adherir tan sólo a temas tradicionalmente revolucionarios, sino renovar los procesos de elaborar, gestar y difundir la comunicación: favorecer la participación popular.

Para Martín-Barbero (2006, p.68), “lo que los movimientos sociales y minorías —las etnias y las razas, las mujeres, los jóvenes o los homosexuales— demandan no es tanto ser representados, sino reconocidos; hacerse visibles socialmente en su diferencia”. El mismo autor, haciendo referencia a Kroes, Finquelievich y Molina, comenta que el uso alternativo de las tecnologías y de las redes informáticas en la “reconstrucción de la esfera pública pasa, sin duda, por profundos cambios en los mapas mentales, en los lenguajes y en los diseños de políticas, exigidos, todos ellos, por las nuevas formas de complejidad que revisten las reconfiguraciones e hibridaciones de lo público y de lo privado” (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 69).

En la comunicación comunitaria y alternativa

39 Castells (2003, p.109) discute la cuestión mostrando que Internet no crea el individualismo; además, apunta usos colectivos de la red de redes.

40 Ver León; Burch; Tamayo (2001); Finquelievich (2000); Castells (2003).

las personas que la ejercitan no lo hacen sencillamente para volverse visibles o para dar visibilidad a sus entidades⁴¹. Construyen una visibilidad mediática que subvierte el “orden”⁴² de ocupación de espacio en los medios de comunicación de masas por parte de celebridades. No se trata de una aparición pública en busca de algunos “minutos de fama”. Se trata de una participación política, unas ganas de interferir para la ampliación de la calidad de la ciudadanía, la circulación de ideas disonantes de las dominantes y la transformación social.

Consideraciones finales

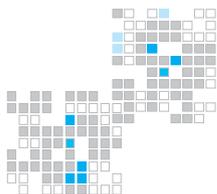
Sin la pretensión de analizar todas las vertientes de lo alternativo antes apuntadas, buscamos mostrar, en los límites de este texto, que las manifestaciones de la comunicación alternativa son polifacéticas y que hay confluencias inseparables puestas en su recorrido histórico y en manifestaciones recientes; pero, a su vez, hay especificidades. Una de ellas, entre la comunicación alternativa y la prensa alternativa.

Otro aspecto destacado es el hecho de que la comunicación mediada por computadora (CMC) está revolucionando los procesos de comunicación alternativa. Las posibilidades de nuevos formatos y fisionomías, sobre todo a través de mecanismos del hipertexto y la alta interactividad, le dan un nuevo ánimo y nuevas caras. La comunicación comunitaria y alternativa forma parte de un proceso amplio de cambios que actualiza el interés social por justicia y democracia, inclusive la comunicacional.

Las nuevas prácticas actualizan las formas de comunicación de segmentos subalternos de la so-

41 En este universo, la participación popular, la interacción y la colaboración practicadas contrastan con el uso utilitarista de mecanismos interactivos por parte de los grandes medios de comunicación y de empresas de otros tipos, que están preocupados con la retroalimentación para mejorar su propio desempeño y/o el control de su imagen corporativa.

42 Como los criterios de importancia, lo inédito y lo inusitado, tan usados en los medios de comunicación de masa convencionales.



cidade y perfeccionan las aproximaciones entre la comunicación popular y la comunitaria, distinguíendolas, en algunas situaciones, de la prensa alternativa por su carácter más autónomo e in-

dependiente. Pero, en última instancia, mediante diferentes formas de expresión, todas las vertientes representan las voces disonantes y sin oportunidades en la estructura de poder.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELTRÁN, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles. *Comunicação e sociedade*, São Bernardo do Campo, n.6, p.5-35, set. 1981.
- BORDENAVE, Juan Diaz. *Além dos meios e das mensagens: uma introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência*. Petrópolis: Vozes, 1983.
- CASTELLS, Manuel. *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. São Paulo: Zahar, 2003.
- CHINEM, Rivaldo. *Imprensa alternativa: jornalismo de oposição e inovação*. São Paulo: Ática, 1995.
- CONTEÇOTE, Marcelo L. *Metodologias de desenvolvimento de comunidade e comunicação para a mudança social*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2008.
- DOWNING, John. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. São Paulo: Senac, 2002.
- FESTA, Regina. *Movimentos sociais, comunicação popular e alternativa*. In: _____; SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. p.9-30.
- FINQUELIEVICH, Susana (Org.). *Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Buenos Aires: Ciccus/La Crujía, 2000.
- FUSER, Bruno (Org.). *Comunicação alternativa: cenários e perspectivas*. Campinas: CMU-PUC, 2005.
- GOHN, Maria da Glória. *Teorias dos movimentos sociais: paradigmas clássicos e contemporâneos*. 4. ed. São Paulo: Loyola, 2004.
- LEÓN, O.; BURCH, S.; TAMAYO, E. *Movimientos sociales en la red*. Quito: ALAI, 2001.
- KAPLÚN, Mário. *El comunicador popular*. Quito: CIESPAL, 1985.
- KUCINSKI, Bernardo. *Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa*. São Paulo: Scritta, 1991.
- GOMES, Pedro Gilberto. *O jornalismo alternativo no projeto popular*. São Paulo: Paulinas, 1990.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Tecnidades, identidades, alteridade: mudanças e opacidades da comunicação no novo século*. In: MORAES, Denis de (Org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006. p.51-79.
- MARTINEZ TERRERO, José. *Comunicação grupal libertadora*. São Paulo: Paulinas, 1988.
- MELO, José Marques de (Org.). *Comunicação e classes subalternas*. São Paulo: Cortez, 1980.
- OTRE, Maria Alice Campagnoli. *Comunicação popular-alternativa desenvolvida por Jovens Indígenas das Aldeias do Jaguapiru e Bororá em Durados / MS*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2008.
- PEREIRA, Raimundo R.. *Viva a imprensa alternativa*. In: FESTA, R.; SILVA, Carlos E. Lins da (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986. p.53-79.
- PERUZZO, Cicília M. K. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.
- _____. *Internet e democracia comunicacional: entre os entraves, utopias e o direito à comunicação*. Diálogos Possíveis: revista da Faculdade Social da Bahia, Salvador, ano 5, n.2, p.29-48, jul./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.fsba.edu.br/dialogospossiveis/artigos.asp?ed=9>>. Acesso em: 2007.
- _____. *Mídia comunitária*. *Comunicação e Sociedade*: revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da UMESP, São Bernardo do Campo, n.30, p.141-156, 1998.
- _____. *Rádiorcomunitária, educomunicação e desenvolvimento local*. In: PAIVA, Raquel (Org.). *O retorno da comunidade: os novos caminhos do social*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. p.69-94.
- _____. *Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados e as reelaborações no setor*. (2008-prelo).
- PUNTEL, Joana T. *A Igreja e a democratização da comunicação*. São Paulo: Paulinas, 1994.
- REYES MATTA, Fernando. *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*. México: Friedrich Ebert Stiftung/ILET, 1983.
- SIMPSON GRINBERG, Máximo (Org.). *A comunicação alternativa na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.
- TEIXEIRA, Nayara C. *A mídia alternativa revista viração: uma iniciativa que inclui adolescentes e jovens na busca pela emancipação social*. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2007.
- VOZES DA CIDADANIA: história da comunicação na redemocratização do Brasil. *Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social*. São Paulo: Intervozes/Imprensa Oficial, 2006.
- WOLTON, Dominique. *Internet, e depois?*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

