



Ensaio sobre os processos de produção e de recepção na comunicação popular e comunitária¹

Paula Monteiro TAKADA²
Universidade Metodista de São Paulo

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar algumas pistas iniciais da pesquisa focada nos processos de produção, recepção e mediação dos conteúdos veiculados em meios de comunicação popular e comunitária. Por meio de estudo bibliográfico, parte-se de uma contextualização histórica dessa prática no Brasil, da década de 1960 aos dias atuais, seguida de uma conceitualização da mesma. Observando a experiência concreta em torno do jornal comunitário da favela do Real Parque (zona oeste da cidade de São Paulo), realiza-se uma primeira aproximação crítica das reações de alguns moradores diante do jornal.

Palavras-chave: Comunicação popular, comunicação comunitária, recepção, favela

Introdução

No Brasil e na América Latina, há mais de cinquenta anos os processos de comunicação popular e comunitária tem sido usados para informar, organizar e mobilizar grupos populares em torno de questões que buscam ampliar, na prática cotidiana, a condição de cidadania dessas pessoas. Já em 1984, Regina Festa alertava que o fenômeno era pouco inovador, lembrando que entre 1958 e 1964 o Brasil havia vivenciado “uma rica experiência de participação popular através dos meios de comunicação nos espaços das Casas de Cultura, do Movimento de Cultura Popular, etc.” (FESTA, 1984, p. 72). A autora destaca a utilização do rádio em projetos de alfabetização e formação das classes populares para a transformação social.

De maneira geral, entre 1958 e 1964, os meios de comunicação disponíveis na época começaram a ser utilizados nas práticas de formação popular, apoiados inclusive pelo Estado. Após o golpe militar e durante a ditadura esses movimentos de base foram duramente reprimidos, mas o trabalho de base continuou de maneira mais localizada, com forte presença da Igreja Católica que organizava as Comunidades Eclesiais de Base (CEBs) e, a partir da Teologia da Libertação, se utilizava da comunicação popular como

¹Trabalho apresentado no GP Comunicação para Cidadania do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

²Mestranda em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (Umesp), Jornalista pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), e-mail: patakada@yahoo.com.br



um dos instrumentos para estimular o debate, organizar e mobilizar os moradores das comunidades.

No final da década de 1970 e início dos anos 1980 o movimento sindical, sobretudo na região do ABC paulista, onde se localizavam as indústrias automobilísticas mais modernas do país, organizará greves que vão repercutir em todo o país. Destaca-se aí a imprensa sindical – de setores como os metalúrgicos e os bancários –, uma espécie de comunicação popular que, por meio de jornais e boletins impressos, chegou a tiragens diárias de até 35 mil exemplares (FESTA, 1984, p. 91)

Com a retomada do processo de democratização do país a partir da década de 1980, a comunicação popular, alternativa e também os meios de comunicação de massa passam a ter maiores liberdades, uma vez que gradativamente a censura é atenuada. No entanto, a crise econômica é ainda mais grave do que na década anterior e os movimentos sociais populares emergem com reivindicações por melhores condições de vida no campo e na cidade. Além dos boletins, jornais e cartilhas, outros meios como as rádios comunitárias e o vídeo popular são usados ora para registrar essas lutas, ora para incentivar a participação do povo na busca por seus próprios direitos.

Finalmente, da segunda metade da década de 1990 até os dias atuais assistimos ao aumento do número de iniciativas envolvendo comunicação e educação, tanto no ambiente escolar como em favelas ou comunidades rurais, geralmente associadas a organizações do terceiro setor, universidades ou movimentos populares. Rapidamente, todos esses segmentos perceberam o potencial pedagógico das tecnologias de comunicação e, principalmente, o poder de encantar aqueles que passam da condição exclusiva de receptores à condição de produtores de conteúdo em vídeos, programas de rádio, jornais, fanzines e, mais recentemente, na Internet por meio de *blogs*, *fotologs*, *videologs* e *podcasts*, no fenômeno, que ficou conhecido como Web 2.0. Todas essas ferramentas tem se mostrado atrativos muito eficientes, sobretudo no trabalho com adolescentes e jovens, ocasionando sua ampla utilização, tanto no campo da educação formal, como no campo da educação não-formal.

Em cada contexto histórico, é possível perceber características específicas dessas práticas. Trabalhos científicos sobre comunicação popular e comunitária nos mais diversos ambientes tem acompanhado o desenvolvimento dessas experiências. A maioria destes trabalhos aponta os desafios de trabalhar a comunicação como ferramenta pedagógica, as diferentes metodologias utilizadas na criação de produtos de comunicação e as contribuições que este trabalho gera na formação cidadã dos



participantes. Há, no entanto, pouco estudo sobre o outro lado dessa comunicação comunitária: a comunidade. Há pouca investigação sobre a recepção das mensagens produzidas por comunicadores comunitários e os desdobramentos políticos desse tipo de comunicação. A apropriação desses processos comunicacionais pelos ouvintes, expectadores e leitores das classes populares não tem sido objeto de investigações profundas.

Nesse sentido, pretendemos realizar um estudo ainda exploratório desse momento de recepção, a partir da observação participante de uma experiência realizada na favela do Real Parque (zona oeste da cidade de São Paulo). Acompanhamos a produção da segunda edição do Jornal Comunitário “Na Real do Povo”, desde a discussão da pauta até o momento de sua distribuição de mão-em-mão e de porta-em-porta nos barracos e casas da comunidade.

Nossas conclusões parciais são uma síntese entre a teoria e a prática observada. Portanto, o percurso analítico deste artigo parte de um resgate conceitual em torno da comunicação popular e comunitária, retoma brevemente alguns estudos de recepção, passa por uma descrição da prática observada e se encerra com uma reflexão crítica. Realizamos assim, apenas um ensaio, uma prévia, da pesquisa que está sendo desenvolvida no mestrado com maior densidade.³

1. Comunicação popular e comunitária: demarcando conceitos

Antes de prosseguir sobre a análise da experiência concreta do jornal comunitário do Real Parque, é necessário definir o que estamos chamando de comunicação popular e comunitária, já que o campo compreende práticas diversas, ora semelhantes, ora completamente distintas e muitas vezes sob o mesmo rótulo. Retomando mais uma vez o original trabalho de Regina Festa (1984, p. 174 e 175), há 25 anos a pesquisadora identificou “33 tentativas de definir meios, conteúdos, caráter, lugar social, estilo, função, sentido e grau de participação” no material escrito sobre o tema na América Latina.

São elas: Comunicação Popular, Alternativa, Popular Alternativa, Alternativa Popular, Popular Emancipadora, Participativa, Participatória, Comunitária, Grupal, de Base, Emergente, de Resistência, Militante, dos Marginalizados, Libertadora, Autogestionária, Dialógica, Mobilizadora, do Oprimido, Horizontal, Sócio-Política, Intermediário, Popular Educativa, Democrática, das

³ Por seu caráter exploratório este trabalho não pode ser rigorosamente classificado como um estudo de recepção.



Classes Subalternas, Imprensa Alternativa, Nanica, Popular, Sindical, Marginal e Folkcomunicação. (FESTA, 1984, pp. 174 e 175)

Acrescentamos à lista da pesquisadora termos como *educomunicação* que, na América Latina foi utilizado por Kaplún como sinônimo de “educación a los medios”, e no Brasil, foi ressignificado a partir 1997, por meio de pesquisas e projetos do Núcleo de Comunicação e Educação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (SOARES, 2006, pp. 175-176) e, já no século XXI, *comunicação colaborativa*, termo referente às práticas participativas de produção de conteúdo na Internet.

Em meio a tantas possibilidades, estamos classificando a experiência do jornal comunitário “Na Real do Povo”, do Real Parque como comunicação popular e comunitária. Por que popular? E por que comunitária?

Primeiramente, popular porque é uma comunicação feita pelo povo, para e com ele. No Brasil, fazem parte desse universo aqueles submetidos a uma condição de exploração por uma classe dominante. São pessoas que sobrevivem graças à venda de sua força de trabalho, isto é, não possuem, não são proprietárias de meios de produção. Trabalhadoras e trabalhadores que, quando empregados, recebem salários relativamente baixos e, quando desempregados, “se viram” na informalidade fazendo “bicos” ou vendendo mercadorias nos faróis ou em barracas improvisadas (camelôs). São os trabalhadores rurais e urbanos. E, apesar de às vezes se apresentarem agrupados ou organizados em torno de causas identitárias (como as questão dos indígenas, afro-descendentes ou de gênero), possuem em comum o fato de serem pessoas cujo trabalho é explorado.

[...] povo e popular só podem ser definidos à luz de uma teoria das classes sociais e, nesse caso, recorreremos a Gramsci para quem povo 'é o conjunto das classes sociais subalternas e instrumentais submetidas à dominação econômica e política das classes hegemônicas dentro de uma determinada sociedade' (FESTA, 1984, p. 168)

Partindo dessa concepção, encontramos em PERUZZO (2003, pp. 124-128) elementos que caracterizam a comunicação especificamente popular. São eles: a) Expressão de um contexto de luta; b) Conteúdo crítico-emancipador; c) Espaço de expressão democrática; d) O povo como protagonista; e) Instrumento das classes subalternas.



Não podemos afirmar que o jornal comunitário “Na Real do Povo” seja um grande exemplo de todos esses elementos. Ele expressa sim um contexto de luta dos moradores da favela do Real Parque por direitos adquiridos, principalmente na área da habitação. Seu conteúdo busca ser crítico-emancipador sem, no entanto, perder a linguagem acessível e o visual atrativo, com textos bastante curtos, letras com tamanhos relativamente grandes e muitas fotografias. Ainda não é um espaço de expressão amplamente democrática, predominando a visão do grupo de jovens que o produz. Tem, certamente, o povo como protagonista não apenas no jornal concretamente, mas sobretudo em seu objetivo de estimular os moradores a protagonizarem as discussões e o processo de urbanização da favela. Finalmente, representa um instrumento das classes subalternas porque cumpre um papel não desempenhado pela mídia comercial nem pelas fontes oficiais de informação (que seria a Prefeitura, no caso), provocando questões que são exclusivamente de interesse dos moradores da favela do Real Parque.

E por que *comunitária*?

Quando pensamos em comunidades urbanas na cidade de São Paulo no início do século XXI, estamos enfocando as favelas, os conjuntos habitacionais, os cortiços. São lugares ocupados majoritariamente por migrantes – sobretudo nordestinos – que têm ou já tiveram o desejo de voltar para a terra natal ou morar em um outro lugar, diferente do atual endereço. A relação entre os vizinhos tende a ser conflituosa, já que, morando em barracos amontoados, de madeira, sem saneamento básico, as condições de privacidade e higiene, por exemplo, são precárias. Soma-se a isso a presença do narcotráfico que, de maneira generalizante, usa a geografia das favelas e seus moradores para se esconder e se proteger da polícia. Por esses e outros tantos motivos, não há, em um primeiro momento, vínculos afetivos com este lugar nem a vontade de lutar por melhorias que beneficiem o coletivo. No entanto, essas pessoas não têm outras opções e, uma situação que planejavam ser provisória, acaba se estabilizando, ainda que de maneira precária.

Desse modo, a família e a vizinhança – pois esta tem sido hoje uma espécie de ‘família aumentada’ nos bairros populares das grandes cidades, dada a brutal migração, o desenraizamento e a precariedade econômica – representam no mundo popular os modos de sociabilidade mais verdadeira, mesmo com todas as suas contradições e os seus conflitos. (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 318)

Mas as dificuldades não ficam apenas da porta para fora. Nestes espaços onde vive a população mais pobre da cidade, os problemas familiares são muito comuns.



Alcoolismo, violência, consumo de drogas, envolvimento com o tráfico, gravidez na adolescência e principalmente o desemprego são situações presentes no cotidiano da maioria das famílias desses locais. Se por um lado isso gera famílias desestruturadas, para Paiva estas adversidades podem trazer à tona o sentimento de solidariedade, como estratégia de ação.

O desemprego, somado ao sentimento de abandono, produzido pelo papel cada vez mais diminuto do Estado no que se refere à qualidade de vida, pode ser apontado como gerador de sentimento de solidariedade emergente em diversos lugares do mundo. Define-se solidariedade não como disposição filosófica humanística, mas como estratégia de ação, com uma preocupação bastante prática, além de política, destinada a romper o isolacionismo instalado. Propõe-se o entendimento de solidariedade como atuação política e expressão de cidadania. (PAIVA, 2003, p. 117)

Consideramos a solidariedade um passo fundamental na construção de uma estrutura comunitária, pois contribui para o estabelecimento de laços interpessoais que não os de família. Em seguida está o sentimento de pertencimento local: ao se identificar com aquele ambiente e se sentir acolhidas pelo mesmo, as pessoas começam a se perceber parte daquele lugar. Solidariedade e sentimento de pertença são condições necessárias para que passem a se sentir também responsáveis por sua comunidade. Saindo da situação de meros habitantes conformados com a precariedade de suas vidas, tornam-se cidadãos participativos com o objetivo de transformar a realidade local, e passam a viver um projeto de comunidade.

Não é essa a realidade do Real Parque. No entanto, há uma busca por esse ideal de projeto comunitário. Por isso, insistimos em considerar o trabalho do jornal “Na Real do Povo” como *comunicação popular e comunitária*.

2. A recepção na comunicação popular e comunitária

Considerando experiências de comunicação popular e comunitária como sendo aquelas iniciativas em que moradores de uma comunidade – determinada geograficamente – são os produtores de informações de interesse desse mesmo grupo popular que é também o público receptor dessa comunicação, temos como referência um modelo de comunicação popular e comunitária que é feita *pele, para e com* o povo de uma comunidade. PERUZZO (2003, pp. 8-9), sinaliza ainda que, além dos assuntos priorizarem necessidades, cultura e problemáticas de interesse local, as iniciativas de



comunicação comunitária não tem finalidades lucrativas e nas experiências mais avançadas desenvolve-se a gestão participativa.

Nessa perspectiva encontramos na bibliografia recente sobre comunicação popular uma lacuna da pesquisa científica acerca dos processo de recepção dos conteúdos produzidos pelas pessoas de uma comunidade. As análises concentram-se nos conteúdos e nos efeitos que essas experiências geram nos produtores dos conteúdos. Evidenciam-se os desafios técnicos, as novidades tecnológicas e as metodologias de “dar voz” a quem historicamente esteve à margem do papel de emissor, desconsiderando o processo de comunicação como um todo. Um processo que, minimamente, envolve um ou vários emissores ou produtores, que, em um determinado contexto, produzem uma mensagem, que por algum meio precisa chegar a um ou vários receptores que a recebem também em um determinado contexto.

A recepção deveria ser vista como *atividade*: não como algo passivo, mas o tipo de prática pelas quais os indivíduos percebem e trabalham o material simbólico que recebem. (...) Enquanto a produção “fixa” o conteúdo simbólico em substratos materiais, a recepção o “desprende” e o liberta para os estragos do tempo. Além disso, os usos que os receptores fazem das matérias simbólicas podem divergir consideravelmente daqueles (se é que houve) pensados ou queridos pelos produtores (THOMPSON, 2005, p. 42).

Em um processo de comunicação, portanto, não considerar o receptor ou a recepção da mensagem é desconsiderar o próprio processo de comunicação. É possível que essa lacuna na produção acadêmica corresponda à uma lacuna das próprias experiências concretas atuais: jornais que quase ninguém lê, vídeos para mostrar para os pais (como trabalhos de escola), rádios que tocam o que todas as outras rádios também tocam, conteúdos na Internet que poucos integrantes da comunidade assessam. Algumas dessas experiências geram avanços significativos de sociabilidade, elevação da autoestima dos participantes, interesse dos alunos para determinados temas e, inclusive, um olhar mais crítico para os conteúdos veiculados na mídia. Mas é necessário distinguir o uso da tecnologia de comunicação limitado a estratégias pedagógicas e experiências de comunicação popular e comunitária propriamente ditas.

Para KAPLÚN (1985, p. 80), “quando se faz comunicação popular, não há que fazê-la por gozar do privilégio de ser o emissor, e sim com humildade, como um serviço à comunidade, como um suporte à organização popular”. Em material destinado a



comunicadores populares e facilitadores desses processos, o educador, comunicador e pesquisador argentino-uruguaio ainda adverte:

Nós, os comunicadores populares somos pessoas comprometidas e esforçadas; mas temos que ser também pessoas eficazes. Precisamos nos preocupar que nossas mensagens cheguem. O que significa chegar? Em primeiro lugar, obviamente, que as mensagens sejam atendidas: que despertem o interesse de seus destinatários. Que sejam ouvidas (ou lidas, ou vistas). Logo, que as mensagens sejam entendidas, captadas. Mas, em comunicação popular, ainda isso não basta. Nossa comunicação cumpre realmente seu objetivo: se mobiliza interiormente aqueles que as recebem; se problematiza essas mensagens; se gera o diálogo e a participação, se alimenta um processo consciente de tomada de consciência. (KAPLÚN, 1985, p. 111)

Assim como KAPLÚN, também MARTÍN-BARBERO (2003) propõe um deslocamento do olhar dos meios para as mediações, observando a comunicação não como um fenômeno linear, mas como um processo cíclico e complexo, no qual o receptor não necessariamente responde ao estímulo provocado pela mensagem de acordo com a intenção prévia do emissor. Esta resposta, segundo o autor, é, na realidade, uma mediação que o receptor (considerado um sujeito ativo no processo) efetua entre a mensagem recebida e o contexto cultural que o cerca.

No Brasil, encontramos a dissertação de mestrado de AFONSO (2007) sobre os ouvintes da rádio comunitária Heliópolis FM, localizada na maior favela da cidade de São Paulo, Heliópolis. Partindo do referencial teórico de MARTÍN-BARBERO, a pesquisadora realizou entrevistas semi-estruturadas com todos os produtores da rádio e com vinte ouvintes “que participavam da emissora pelo menos ligando ou indo ao estúdio para pedir músicas, mandar recados ou procurar pessoas ou documentos desaparecidos” (AFONSO, 2007, p. 16), concluindo que:

A rádio Heliópolis FM é vista como uma emissora comunitária tanto por seus ouvintes como por seus produtores. Os primeiros percebem a emissora como um veículo comunitário porque ela é produzida por moradores da comunidade e a população sente que tem acesso facilitado à emissora, podendo recorrer a esta em caso de perda de documentos ou quando necessitam localizar pessoas desaparecidas, por exemplo, sem que tenham que pagar por isso. É diferenciada das rádios comerciais, tanto pelos ouvintes como pelos produtores, por não cobrar para prestar serviços e por proporcionar que artistas da comunidade veiculem seu trabalho lá sem terem que pagar “jabá”. (AFONSO, 2007, p. 179)



Embora seja percebida pelos entrevistados como uma rádio efetivamente comunitária, a Heliópolis FM, segundo AFONSO (2007), ainda tem influências do modelo de rádio comercial, com programação mais voltada para a veiculação de músicas, pouca pluralidade entre os programas religiosos, pouca circulação de informações locais, sendo “mais comum a leitura de notícias da grande imprensa do que a produção de material jornalístico comunitário” (AFONSO, 2007, p. 180).

3. O Jornal Comunitário “Na Real do Povo” e seus leitores

As favelas do Real Parque do Jardim Panorama estão localizadas na zona oeste de São Paulo, ambas à margem da Marginal do Rio Pinheiros, com menos de um quilômetro de distância entre uma e outra. Cercadas por empreendimentos de luxo por todos os lados, como o Empreendimento Cidade Jardim, a avenida Luis Carlos Berrine e seus prédios de escritórios inteligentes, e mais recentemente a Ponte Estaiada Jornalista Otávio Frias de Oliveira (que serve de cenário para o Telejornal SPTV, da Rede Globo), as comunidades do Real Parque e do Jardim Panorama são consideradas, principalmente pelo setor imobiliário, ilhas de pobreza que desvalorizam região. Dessa forma, desde 2005, os mais de 10 mil moradores dessas duas comunidades vem se organizando, resistindo às várias tentativas de despejo e reivindicando direitos estabelecidos pelo Plano Diretor Estratégico da Cidade de São Paulo⁴, que determina a urbanização dessas favelas, com a construção de unidades de habitação popular, garantindo a permanência dos moradores que estão lá há mais de cinco anos. A grande maioria das famílias moram nessas comunidades há mais de vinte anos. Encontramos nessas duas comunidades um grupo formado por dez jovens moradores que tem utilizado a comunicação popular e comunitária como meio de informar e mobilizar os moradores a respeito de seus direitos. O grupo trabalha principalmente com a produção e exibição de vídeos e, em 2009, passou a publicar também um jornal impresso.

Desde abril de 2008, a Prefeitura de São Paulo, começou a realizar reuniões com supostas lideranças comunitárias, com o objetivo de viabilizar um projeto de urbanização na área. Segundo uma integrante do grupo⁵, a produção de material audiovisual não alcançava muitos moradores, já que os vídeos eram exibidos na rua e poucos se davam ao trabalho de sair de suas casas para assistir as produções. Além

⁴O Plano Diretor Estratégico da Cidade de São Paulo está integralmente disponível no site da prefeitura do município, no endereço <http://www.prefeitura.sp.gov.br>. Acessado em 6 de julho de 2009.

⁵ Em entrevista realizada em 2 de julho de 2009.



disso, o grupo ponderou que o jornal impresso poderia ser guardado pelos moradores e suas informações consultadas com mais frequência.

Então, em fevereiro de 2009, saiu a primeira edição do jornal, em formato tablóide, com oito páginas coloridas e tiragem de 3 mil exemplares. Na capa, duas opções de nome para que os moradores escolhessem a que mais lhes agradava: “Nosso Jornal” ou “Na Real do Povo”. Mais de 90% dos moradores-leitores escolheram “Na Real do Povo”.

Um dos objetivos do jornal é no médio prazo criar e fortalecer vínculos dos moradores com o grupo de jovens, que busca assim, tornar-se referência de informação no Real Parque. Esse objetivo norteia praticamente todas as decisões no processo de fazer o jornal. Resulta daí também a preocupação com a qualidade da leitura por parte dos moradores.

Assim, a primeira e a segunda edições do jornal trazem como pautas principais a questão da habitação, explicando conceitos urbanísticos utilizados pela Prefeitura durante as reuniões. Há a preocupação de informar os moradores, sem no entanto, assumir o papel de porta-voz da Prefeitura, que, a depender da situação, passa a defender interesses contrários aos dos moradores.

4. Conclusões parciais

Em uma comunidade de cerca de 2 mil famílias ou 10 mil pessoas, um jornal popular de 3 mil exemplares tem grande potencial de ser um instrumento de informação, organização e mobilização popular. O jornal “Na Real do Povo” tem esse potencial, mas ainda não desempenha essas funções. Acreditamos que isso ainda não acontece principalmente por dois motivos: o jornal ainda é uma novidade entre os moradores e não conseguiu ser produzido com periodicidade regular.

Observamos durante a distribuição da segunda edição que, contraditoriamente, ao mesmo tempo que provoca lembranças e debates acalorados sobre os textos, o jornal é pouco levado a sério, por ser feito pelos próprios moradores da favela, e por ter uma aparência às vezes séria, às vezes infantil, dependendo da página e do assunto.

Constatamos também que poucos moradores guardaram a primeira edição do jornal, ao contrário do que previa o grupo que o produz. Por outro lado, vários professores da escola municipal de ensino fundamental do bairro utilizaram o jornal em suas aulas, trabalhando na aula de geografia, por exemplo, conteúdos sobre habitação que foram publicados na primeira edição.



Como já citado acima, Kaplún insiste que a comunicação chegue ao seu público. Certamente ela está chegando. Não sabemos ainda, se ela “mobiliza interiormente aqueles que as recebem; se problematiza essas mensagens; se gera o diálogo e a participação, se alimenta um processo consciente de tomada de consciência” (KAPLÚN, 1985, p. 111) .

Referências

AFONSO, Maria Rita Teixeira. **Mídia e comunidade: estudo sobre produção e recepção da rádio Heliópolis FM.** 2007. 189f. Dissertação. (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo.

FESTA, Regina. **Comunicação Popular e Alternativa: a realidade e as utopias.** 1984. 290f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Instituto Metodista de Ensino Superior, São Bernardo do Campo.

KAPLÚN, Mário. **El comunicador popular.** Quito: CIESPAL, 1985.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo.** 2a. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares.** Petrópolis: Editora Vozes, 2004.

_____. *Revisitando os conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária.* In: **XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2006, Brasília. XXIX Congresso Intercom. São Paulo: Intercom, 2006.

SOARES, Ismar de Oliveira. *Educom.Rádio, na trilha de Mário Kaplún.* In: MARQUES DE MELO et al. (orgs). **Educomídia, alavanca da cidadania: o legado utópico de Mário Kaplún.** São Bernardo do Campo: Cátedra da Unesco: Universidade Metodista de São Paulo, 2006.

TAKADA, Paula Monteiro. **Comunicação Comunitária no século XXI: uma discussão a partir da experiência nos Telecentros da cidade de São Paulo.** 2005, 102p. Monografia (Graduação – Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo). Escola de Comunicações e Artes, Univerisdade de São Paulo.

THOMPSON. John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia.** Petrópolis: Editora Vozes, 2005.