

# Comunicação para todos: evolução da radiodifusão alternativa e diversidade de acesso

Maria Ivanúcia Lopes da Costa, Edson Alves de França\*

## Índice

|   |   |
|---|---|
| Introdução  | 1 |
| 1 Comunicação em essência                             | 2 |
| 2 Rádio: do convencional às perspectivas alternativas | 3 |
| 2.1 Prática alternativa- popular . . .                | 4 |
| 2.2 Alternativa no meio convencional                  | 7 |
| Referências   | 9 |

## Resumo

O presente artigo trata de alguns conceitos atinentes aos processos de radiodifusão popular no Brasil. Para isso, tem-se por princípio que, ao longo da história do rádio no país, foram-se diversificando os acessos ao meio e, conseqüentemente, criando-se uma série de nomenclaturas para denominar a titularidade e os objetivos dos veículos. Considerando a complexidade das relações humanas, as necessidades comunicativas e as interações sistematizadas, é que se cerca

---

\*Maria Ivanúcia Lopes da Costa é Graduada em Jornalismo pelas Faculdades Integradas de Patos- FIP. Autora da monografia: “Rádios- Poste: Alternatividade da radiodifusão na cidade de Patos – PB, na qual resultou este artigo.

Edson Alves de França é Mestre em Ciências da Educação pela Universidade Federal da Paraíba- UFPB. Professor orientador da monografia citada anteriormente.

de comento a questão da participação no processo e endossa a luta por democratização, acesso e representatividade. Desse modo, verifica-se um embate particular pela ampliação da participação popular nos meios, com a criação de formas, formatos e alternativas de difusão que contemplem anseios de feição popular.

**Palavras-chave:** Radiodifusão; Alternatividade; Acessibilidade.

## Introdução

Ao longo dos anos, sempre se buscou intensificar a comunicação para estabelecer o entendimento entre as pessoas e para garantir ao homem, quando em coletividade, aperfeiçoamento e sobrevivência. Essa busca, contudo, não é sempre revestida de tons simples e pacíficos. De fato, percebe-se que em diferentes contextos, o processo comunicacional revestiu-se de complexidade gerada pela natureza das relações humanas e da própria comunicação.

Os homens passaram a interagir de maneira mais sistematizada, de forma que suas carências pudessem ser supridas. Mas é nesse processo tão complicado que as pessoas sentem a necessidade de exercer suas

habilidades comunicativas para transmitir e partilhar as suas vivências e ideologias.

É no seio das relações sociais, que as experiências comunicativas individuais e coletivas se aprimoram, tão logo haja a troca de informações e a partilha de conhecimentos que se acumulam ao longo das vivências.

Se o relacionamento entre as pessoas requer, sobretudo, a troca simultânea de informações, conseqüentemente, é na comunicação que estas mesmas pessoas encontram suporte para dinamizar as relações e suprir parte de suas carências, principalmente no âmbito comunicativo, perspectivando a formação de modelos alternativos.

## 1 Comunicação em essência

Não se obtém grandes feitos sociais, nem simples resultados, sequer, se não for alcançada a plenitude do processo comunicativo, a fim de garantir o entendimento entre os envolvidos. De acordo com Freire (1971), “a comunicação implica em reciprocidade que não pode ser rompida”. Logo, a comunicação entre as pessoas depende, e muito, das relações sociais, das informações geridas e transmitidas e do repertório cultural que elas possuem.

Nessa perspectiva teórica, Gimenez (1979 p. 57) esclarece que “a essência da comunicação consiste na ‘sintonização’ entre aquele que recebe e aquele que envia uma mensagem determinada”. E complementa:

[...] a comunicação vem a ser o processo de produção-recepção de complexos efeitos de sentido (e não só de informação) a partir do lugar que os interlocutores ocupam na trama das relações sociais e em função do horizonte ideológico-cultural de que são portadores em virtude de sua situação ou posição de classe.

Com as conseqüentes necessidades de comunicação entre os indivíduos e com o reconhecimento de suas potencialidades, eles deixam de ser objetos no processo e passam a atuar como sujeitos ativos. E se, etimologicamente, a comunicação é a “ação de tornar comum”, não podemos falar apenas em transmissão.

De acordo com o dicionário Aurélio, entre as suas definições, comunicação refere-se à capacidade de trocar ou discutir idéias, de dialogar, com vista ao bom entendimento entre as pessoas. Com base nisso, considera-se que a efetiva comunicação está muito longe de ser um processo unidirecional para tornar-se comum e participativo.

Mas a discussão sobre o uso dos meios de comunicação como mediadores da vida em sociedade perpassa por questões ainda mais complexas, que vão desde as restrições do direito a comunicação até a criação de meios alternativos para garantir tais direitos. Acontece que, no decorrer do processo, a comunicação que deveria constituir-se como um direito de todos, assumiu feições que privilegiava apenas alguns grupos isolados e minoritários.

Originalmente um direito de todos, a comunicação tornou-se um privilégio de poucos. Originalmente um instrumento de cooperação produtiva, de participação social, a comunicação tornou-se um artifício de dominação, de controle social. Originalmente um processo de diálogo, de ação comum, a comunicação tornou-se um canal do monólogo, da informação, do intercurso entre protagonistas que ocupam papéis diferenciados na estrutura social. (MELO, 1984, p. 53)

Em nossos dias, se fala muito em disseminar a mensagem através da abertura de ca-

nais, de modo que se promova a igualitária forma de acessibilidade e participação direta nos meios. Nesse embate, o que se vê, e ainda muito fortemente estruturadas, são conglomerados comunicacionais que detêm o poderio com a concentração da mídia massiva.

## **2 Rádio: do convencional às perspectivas alternativas**

Os meios massivos de comunicação, desde que se consolidaram, vêm concentrando todo poderio nas mãos de poucas pessoas ou pequenos grupos gestores, que se apropriam do poder de penetração dos veículos para direcionar suas mensagens, adquirir lucros e satisfazer interesses.

No rádio, por exemplo, a programação das emissoras oficiais, comerciais ou ditas convencionais, apresentam pouca preocupação com a verdadeira funcionalidade do veículo e atribui aos ouvintes apenas o papel de receptor passivo, salvo raros espaços abertos para a interação do público, em que podemos observar formas tímidas e superficiais de abertura condicional. Com esse quadro, vê-se a necessidade de estabelecer a abertura de canais para o gozo do direito a comunicação radiofônica e a participação no processo:

Por esses problemas, como a falta de democracia e exclusão do interesse público nas mídias convencionais, é que surge a necessidade de se criar meios alternativos de comunicação na tentativa de validar um direito que historicamente foi negado, em nosso país, que é o direito a uma comunicação de qualidade e que privilegie os interesses públicos [...] (CARVALHAL, 2007).

A abertura de espaço no rádio não se refere apenas a liberação do telefone para dar avisos ou pedir músicas, nem tampouco a liberação de microfones para a execução de programetes, previamente avaliados e consultados, como se verifica usualmente, para receber um “aval” que o permita ir ao ar, desde que não distorça as ideologias do meio.

Como esclarece Oliveira (2006, p.10) as “potencialidades do rádio permitem que o universo referencial da transmissão possa ser construído a partir da prática social e discursiva dos ouvintes e não apenas ofertar vertical e unilateralmente um mundo radiofônico e simbólico a eles”. Na realidade, esse controle de espaço e a forma de expressão vigiada frustra os ideais de liberdade e igualdade e contradiz os princípios da comunicação, cuja raiz vem da palavra comum, que significa “pertencente a todos ou a muitos”.

Se a comunicação deve alcançar a todos e permitir aos cidadãos o gozo desse direito, é preciso que haja um diálogo contínuo entre interlocutores e o aproveitamento do espaço midiático para o suprimento de suas necessidades comunicacionais e a superação dos conflitos sociais. Contudo, torna-se complicado falar na utilização do espaço midiático, quando este se concentra nas mãos de poucos. Diante disso, os espaços alternativos de expressão popular criados por instituições da sociedade civil lograram reverter essa tendência.

As instituições da sociedade civil lograram criar e desenvolver meios próprios de comunicação, em vista das barreiras e dos impedimentos de acesso aos meios de comunicação de massa. Criaram, portanto, canais de comunicação alternativa ou de comunicação popular, que têm florescido e esmaecido

em função do próprio combate que realizam. (MELO, 1984, p. 56)

Nessa luta, se apresentam os grupos populares, mobilizados para quebrar o monopólio da comunicação e efetivar a abertura dos meios, ou então para criar seus próprios mecanismos a fim de favorecer o processo comunicativo entre as classes, os grupos e movimentos populares, que se mostravam insatisfeitos. De acordo com Peruzzo (1998, p. 115):

Numa conjuntura em que vinha à tona a insatisfação decorrente das precárias condições de existência de uma grande maioria e das restrições à liberdade de expressão pelos meios massivos, criaram-se instrumentos “alternativos” dos setores populares, não sujeitos ao controle governamental ou empresarial direto [...] Nesse patamar, a “nova” comunicação representou um grito, antes sufocado, de denúncia e reivindicação por transformações [...].

Portanto, como os meios existentes apresentavam afrontas às principais expressões de comunicação populares, foi preciso intensificar as lutas para articular e proporcionar a abertura de espaço na mídia para todas as classes e todas as vozes. E, na medida em que essa abertura não foi sendo efetivada, de fato, criaram-se mecanismos alternativos, que se voltavam para a promoção, divulgação e representação dos grupos, antes marginalizados ou com participação restrita e regulada.

## 2.1 Prática alternativa- popular

Define-se como alternativo aquilo que se opõe ao convencional, com fins claramente

identificáveis. Quando empregado corretamente, o termo refere-se a algo que se vale de outros métodos para alcançar o mesmo propósito, ou objetivo parecido com a convenção.

Nessa perspectiva, Sousa (1997) esclarece que “a comunicação alternativa é uma opção à comunicação de massa, produzida pelos grandes meios”. É por isso que, no campo da comunicação, não tão distantes de nós, às vezes até muito perto, encontramos expressões alternativas de comunicação. São formas diferenciadas usadas para promover a abertura de canais, partilhar idéias e veicular conteúdos que até então não eram comumente vistos nos meios usuais. Sendo assim, “alternativa indica uma relação com outro, um *alter* que chama a si os que se desviam de um caminho inicial”. (CAPARELLI, 1986, p.45).

A alternatividade dos meios de comunicação é, senão, uma questão complexa. Tanto, que com o passar dos anos, os estudos no campo da comunicação alternativa se tornaram cada vez mais intensos.

Quando os grupos e movimentos sociais começaram a se organizar de forma mais sistemática, a partir da década de 70, houve uma intensa luta por conquista de espaço diante da comunicação dominante, que se mostrava cada vez mais forte devido sua situação de legalidade. Benevenuto (2006, p. 2) define comunicação dominante, como “o fenômeno comunicacional que ocorre através de meios de comunicação de massa legalmente e tradicionalmente constituídos, reconhecidos pela audiência (público) como tal”.

Na realidade, foram as necessidades de comunicação entre os indivíduos, intensificadas por essas lutas, e a socialização de seus problemas que deram origem à prática alternativa de comunicação, substituindo os

meios massivos por meios menos hegemônicos e mais igualitários, com o objetivo de minimizar as disparidades no acesso a informação e permitir a participação popular no processo comunicacional. Nesse caso, observa-se que, a abertura desses canais representa até hoje, a luta por democratização de informação.

A desconfiança de que os meios massivos não estariam em condições, ideológicas ou tecnológicas, de apoiar a construção de uma sociedade mais participativa e mais solidária, tem levado o povo e os comunicadores a procurar formas alternativas de comunicação, novos meios de comunicação alternativa, onde o termo “alternativa” refere-se à substituição dos meios comerciais e estatais de massa por meios de comunicação horizontal que permitam acesso e participação e até mesmo a auto-gestão dos meios pela população organizada. (BORDENAVE, 2002, p.89).

Bordenave (2002) explica que entre os meios alternativos incluem-se formas não tecnológicas, como teatro popular, literatura de cordel, os jornais murais, letreiros pintados em pedras, entre outros, e também a corrente alternativa com sofisticação tecnológica, como jornais mimeografados e os cartazes impressos em offset ou serigrafia. De acordo com o autor, no contexto alternativo, essas formas de expressão são utilizadas como ferramentas de participação grupal.

Nesta perspectiva, os grandes meios, como rádio e TV, por exemplo, também podem ser incluídos como instrumentos de comunicação alternativa sempre que modificarem sua filosofia e metodologia de programação para dar espaço à participação da popular.

A comunicação alternativa não pode ser definida como algo estável, já que sofre contínuas mutações. Entretanto, compõe-se de expressões e elementos diferenciados que respondem, ou não, às práticas de comunicação consolidadas e apresentadas como inquestionáveis aos grupos marginalizados.

[...] a abrangência da palavra alternativa inclui as ações comunicativas geradas por movimentos sociais que buscam objetivos distintos aos de construção de democracia, da convivência harmônica e do diálogo social, como também aquela comunicação produzida por guetos ou movimentos radicais [...]. (BENEVENUTO, 2006. p.6)

Neste sentido, a comunicação alternativa além de representar a voz os movimentos ainda contribui para o desenvolvimento local. Sobre comunicação alternativa Benevenuto (2006, p.5) esclarece que ela

É uma comunicação que quer se colocar como vetor de desenvolvimento em vários sentidos da vida social, se apresentando como essencial para a construção da democracia (mesmo que essa palavra tenha sido utilizada, nos últimos 30 anos, das formas mais abrangentes possíveis) e da consciência de cidadania.

A tentativa de transformar o receptor em emissor caracteriza a alternatividade, que por sua vez, possui traços desafiadores diante dos meios de comunicações oficiais. A alternatividade radiofônica não se refere exclusivamente ao meio, mas também a mensagem. Ou seja, o meio não é alternativo- popular, de fato, se ele apenas reproduz as mensagens do sistema dominante. Surge a partir disso, a complexidade fomentada por indagações

ainda fortemente presentes nos estudos que contemplam essa linha de pesquisa.

Contudo, é preciso compreender a partir de quais necessidades se criam meios alternativos e quais os fundamentos que os tornam firmes, apesar das variações de contexto. Essas manifestações diferem-se das ações midiáticas hegemônicas por estarem relacionadas com uma proposta de se opor à unicidade do discurso da classe dominante, visando a conquista da identidade própria da classe subalterna, além de permitir o acesso para qualquer indivíduo que se mostre interessado na causa.

É por isso que não basta achar-se à margem da mídia oficial para que um veículo seja visto como alternativo- popular. Mais do que isso, ele se inscreve numa perspectiva mais ampla, na qual se tornam relevantes e essenciais fatores como o conteúdo do discurso e a participação ativa dos receptores.

No rádio, a questão do alternativo exige aplicações cautelosas no uso do termo, que, por diversas vezes confunde-se com tantas outras conceituações. Usar o termo rádio alternativo, simplesmente, para caracterizar qualquer expressão radiofônica que se opõe àquela oficial, é de fato, um equívoco, pois afora isso, e com bastante peso, estão os conteúdos transmitidos, as tecnologias usadas, os grupos gestores e suas ideologias, os receptores e a finalidade funcional do veículo.

No Brasil, as rádios clandestinas viveram fases distintas, que vão desde o uso do meio, quase que por ingenuidade, desconhecendo a ilegalidade do ato, até o uso do rádio como meio democratizante.

É por isso que hoje, em plena fase de luta por democratização dos meios de comunicação, a alternatividade do rádio vem adquirindo feições sistematizadas para viabili-

zar a aplicação de métodos que promovam a abertura de canais e minimizem os reflexos da marginalização provocada pelas grandes emissoras.

Desde que surgiram, os meios de comunicação evoluíram muito, e por isso, vêm consolidando seu poderio diante da sociedade. Mas, na medida em que esses meios se modificam tecnologicamente, mudam também as vivências, ideologias e exigências dos grupos envolvidos no processo. Isto é, do mesmo modo que os veículos de comunicação ganham investimentos e modificam suas estruturas de funcionamento, conseqüentemente também se transformam as expressões populares e as questões sociais inerentes aos grupos, aos movimentos organizados, as classes subalternas e demais grupos, que inevitavelmente, mantém relação de interdependência.

Apontar delimitações definidas entre a comunicação alternativa e aquela que se define popular consiste numa tarefa não tão simples, e que geralmente encontram-se nas tênues linhas dentro das conceituações. Contudo, vale o respaldo de que todo processo comunicativo que envolve relações sociais reveste-se de complexidade e apontam precisamente para a luta constante por abertura, acessibilidade e participação nos grandes, pequenos e alternativos meios.

Desse modo, dizemos que a comunicação popular expressa a participação social realizada no seio dos movimentos e aparece como alternativa ao poder da grande mídia, apresentando inclusive modelos de organização diferenciados, associados à luta pelo direito à comunicação e a construção democrática da sociedade.

É por isso que, para de fato, incentivar, investir na produção e trabalhar o repertó-

rio dos grupos envolvidos, é preciso criar canais participativos para que, mais próximas, as pessoas possam partilhar suas verdadeiras preocupações no campo da informação.

A partir dessa concepção de transformação nos grandes meios e a conseqüente e inevitável mudança nos meios mais acanhados, porém não menos expressivos, deve-se atentar para as formas expressivas de comunicação popular existentes, e observar os avanços conquistados nos vários segmentos da comunicação, reconhecendo que as experiências e as transformações caracterizam a noção de “popular”. Como sugere Denise Cogo (2004, p.46),

a atualidade da noção ‘popular’ entendida não como uma essência a priori, mas como configuração de estratégias instáveis, diversas e, algumas vezes, ambivalentes, como que os próprios setores populares e/ou movimentos sociais constroem seus posicionamentos na sociedade, nos faz entender que é necessário preocupar-se menos com o que se extingue do que com o que se transforma.

Desse modo, é possível estudar o fenômeno da comunicação popular, seus instrumentos e o uso que se faz dos mecanismos tecnológicos em favor da participação popular no meio massivo, que carrega expressões tão fortes em termos de unicidade de discurso em virtude do domínio hegemônico de pequenos grupos.

De fato, alternativo-popular pode ser entendida como aquela comunicação que nasce vertiginosamente no seio dos grupos, nas rodas de conversa, nas experiências narradas, na notícia que corre e nas expressões que, como algo intrínseco do povo brasileiro, se molda com criatividade.

## **2.2 Alternativa no meio convencional**

Apesar da simplicidade do meio, o rádio consolidou-se como o instrumento de comunicação mais presente na vida do povo. É por isso que quando se busca um espaço para propagar mensagens, vê-se no rádio uma resposta compatível com a necessidade, considerando-se a simplicidade do aparelho, o baixo custo e o grande alcance.

As grandes emissoras oficiais apresentam linhas editoriais específicas, o que às vezes impedem a inserção de programas com linhas diferentes das existentes. Na verdade, há uma moldagem baseada nos rendimentos, nos grupos gestores, no público específico e até na localização e alcance da emissora, visto que é um meio caracterizado pela proximidade com os ouvintes.

Além da constante discussão sobre a criação de meios alternativos de comunicação, outra questão também merece ser abordada, uma vez que também envolve a realidade, e são os ouvintes, os atores sociais que também dinamizam a vivência em sociedade.

Nessa conjuntura, o que se observa é a necessidade constante de se inserir na programação oficial, expressões alternativas dos grupos populares, em que eles, atores sociais, possam assumir papéis importantes e serem muito mais que figurantes passivos, meros receptores, para tornarem-se protagonistas.

Acontece que, a alternatividade enraíza-se nas propostas de comunicação e busca o singular para chegar a um determinado fim, e não é de regra que, devam-se criar um novo meio. Pode-se, nesse caso, aprimorar técnicas antigas para serem executadas no meio convencional, quando se abrem os espaços.

Por que na verdade, o alternativo não se resume ao novo veículo, mas a mensagem que se propõe a transmitir.

Nesse sentido, algumas experiências radiofônicas são desenvolvidas para levar a mensagem ao público alvo, divulgar idéias e proporcionar a participação dos grupos. Na Paraíba, o MMT- Movimento de Mulheres Trabalhadoras desenvolveu um programa na Rádio Rural de Guarabira<sup>1</sup> “O programa foi concebido como um instrumento pedagógico de conscientização das mulheres trabalhadoras rurais acerca de seus direitos e de luta contra as discriminações e injustiças, com enfoque crítico de gênero” (CARVALHO, 2005, p. 9).

Em Janeiro de 1990 as Mulheres do MMT- Movimento de Mulheres Trabalhadoras deram início ao trabalho desenvolvido na Rádio Rural de Guarabira- PB. O livro “Gênero, Rádio e Educomunicação: caminhos entrelaçados”, de Sandra Raquew dos Santos Azevedo aborda essa experiência radiofônica como um lugar de significações e trata sobre as relações de gênero no rádio através da participação feminina .

O programa, com o título “Mulher em Ação”, surgiu para atender as necessidades comunicativas e para intercambiar as informações dentro e fora do movimento, tornando-se um instrumento de participação.

É por meio do *Mulher em Ação*, veiculado pela Rádio Rural de Guarabira, que elas constituem em torno de si uma estratégia de comunicação que constrói um *modus comunicandi* diferente. (...) uma modalidade

<sup>1</sup>Cidade que integra o Brejo Paraibano. Guarabira possui 54.200 habitantes de acordo com o censo 2007. Ver em: <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/contagem2007/contagem.pdf>. (Acesso em: 06/10/08).

de participação feminina que se diferencia da circunstância da mulher ouvinte de rádio e/ ou consumidora dos produtos propagados pelo rádio. (AZEVEDO, 2005, p. 45).

Nesse caso, observa-se que a mensagem alternativa veiculada no meio convencional, na Rádio Rural de Guarabira através do programa Mulher em Ação, corresponde à abertura participativa no meio massivo, isto é, uma canalização das perspectivas femininas diante das problematizações da cotidianidade, não tratando apenas da questão de gênero no rádio, mas enfocando, sobretudo, questões de relacionadas com tudo aquilo que suplantava interesse do grupo de ouvintes.

Este exemplo remete ao apontamento de que os movimentos sociais, e o surgimento dos grupos organizados no Brasil têm uma longa história, no entanto, foi na década de 70 que eles passaram a assumir uma nova característica, com um maior grau de disposição, sistematização e participação. O MMT surgiu na década de 1980, no estado da Paraíba, quando no âmbito nacional, os brasileiros lutavam pela redemocratização, e se disseminavam os movimentos sociais.

Tendo surgido em 1982, o Movimento de Mulheres Trabalhadoras é fruto desta busca coletiva e um marco considerável na história do Movimento de Mulheres o Estado da Paraíba [...] Anteriormente tratadas como coadjuvantes, as mulheres do MMT optam por assumir-se sujeito social consciente do seu espaço e de sua condição específica, nem sempre reconhecida ou percebida em outros grupos sociais-especialmente pelos Sindicatos de Trabalhadores Rurais, sendo necessário lutar para assegurar, nessas instâncias, uma maior participação política. (AZEVEDO, 2005, p.32- 34).



O programa “Mulher em ação”, voltado para o fortalecimento da auto-estima e o reconhecimento social da trabalhadora rural, torna-se uma alternativa comunicacional no intuito de conscientizar as mulheres sobre sua cidadania. O programa “diz respeito a uma modalidade de participação feminina que se diferencia da circunstância da mulher ouvinte de rádio e/ ou consumidora dos produtos propagados pelo rádio” (AZEVEDO, 2005, p.45)

Ao assumir o programa, o MMT promove, através do rádio, uma conquista importante no universo da linguagem. Nesse caso, a mídia radiofônica torna-se um campo discursivo, que assegura, entre outras coisas, a participação efetiva dessas mulheres no meio massivo.

Portanto, se o rádio mantém uma relação próxima dos ouvintes e trata, geralmente, de ações ligadas a convivência social, os programas veiculados nesse espaço midiático influenciam diretamente no cotidiano das pessoas. Logo, se esse espaço é aproveitado de forma democrática e dialógica, como um canalizador e dinamizador do processo de comunicação, acredita-se que os grupos populares podem participar.

Atualmente, a luta por democratização dos meios de comunicação é intensa, e nesse sentido, como no caso do “Mulher em Ação”, ações alternativas são implementadas para transformar o rádio em instrumento de diálogo entre os membros dos movimentos, dos grupos populares ou classes marginalizadas, a fim de aproveitar o espaço simbólico dos meios oficiais.

Contudo, são muitas as dificuldades para a inserção de programas alternativos nos grandes meios, diante da verticalização da informação e do espaço ainda fechado para a par-

ticipação popular. Nesse intento, iniciativas localizadas e grupos populares se articulam sistematicamente para inserir-se nos meios convencionais de forma significativa e efetiva e não apenas como simbólica; Ou ainda para criar e gerir seus próprios instrumentos alternativos.

## Referências

- AZEVEDO, Sandra Raquew dos Santos. *Gênero, Rádio e Educomunicação: Caminhos entrelaçados*. João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 2005.
- BENEVENUTO, Álvaro Júnior. *Para apreender alternativo na comunicação contemporânea*. Disponível em: <http://www.unirevista.unisinos.br/pdf/UNirevBenvenuto.PDF>. Acesso em: 05 de junho de 2008.
- BORDENAVE, Juan E. Diaz. *Além dos Meios e Mensagens – Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência*. Petrópolis RJ: Vozes, 2002.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa sem Massa*. São Paulo: Summus, 1986.
- CARVALHAL, Antônio. *Comunicação Comunitária: Uma revisão dos conceitos fundamentais*. Trabalho apresentado no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos. INTERCOM- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.– 29 de agosto à 2 de setembro de 2007.

- CARVALHO, Maria Eulina Pessoa de. Prefácio. In: AZEVÊDO, Sandra Raqued dos Santos. *Gênero, Rádio e Educomunicação: Caminhos entrelaçados*. João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 2005.
- COGO, Denise. Mídias, identidades culturais e cidadania: sobre cenários e políticas de visibilidade midiática dos movimentos sociais. In: PERUZZO, Cicília Maria Kroling (Org.). *Vozes Cidadãs: aspectos teóricos e análises das experiências de comunicação popular e sindical na América Latina*. São Paulo: Angellara Editora, 2004.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio século XXI Escolar: o minidicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova fronteira: 2001.
- FREIRE, Paulo. *Extensão ou Comunicação?*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997.
- GIMENEZ, Gilberto. *Notas para uma Teoria da Comunicação Popular*. Cadernos Ceas, 1979, nº61, Salvador. Bimestral mai./ jun. 1979.
- MELO, José Marques de. *A comunicação, um direito de todos na América Latina: O papel do Estado e da Sociedade Civil*. Revista de Cultura Vozes. a.78, nº8, out/ 1984.
- OLIVEIRA, Valdir de Castro. *A reconfiguração do Espaço Público nas ondas das rádios comunitárias*. Disponível em: <http://www.obore.com/felafacs/trabalho/s/trab6.doc>. Acesso em: 18 de maio de 2008.
- PERUZZO, Cicília Maria Kroling. *Comunicação nos Movimentos Populares – a participação na construção da cidadania*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- SOUSA, Sandra Sueli Garcia de. *Rádios Ilegais: da legitimidade à democratização das práticas*. São Bernardo do Campo, 1997. Dissertação de Mestrado. Centro de Pós Graduação em Comunicação Social. Universidade Metodista de São Bernardo do Campo- UMES.