



Comunicação comunitária e web 2.0: convergências teóricas e perspectivas¹

Maria Lúcia Becker²
Universidade Estadual de Ponta Grossa

RESUMO

O artigo discute as possibilidades de relação entre os conceitos de comunicação comunitária e comunicação participativa ou intercomunicação a partir de uma pesquisa bibliográfica de abordagem dialética, resgatando elementos que se sustentam do ponto de vista conceitual e da realidade social-histórica e integrando alguns novos, como a interatividade, web 2.0, redes sociais e autocomunicação de massas e uma discussão da hipótese de que, com a tecnologia de rede hoje disponível, torna-se possível potencializar a comunicação comunitária, popular e alternativa.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Comunitária. Comunicação Popular. Intercomunicação. Web 2.0

Introdução

Na análise da relação entre os conceitos e a prática da comunicação comunitária, da comunicação participativa e da intercomunicação ou auto-comunicação de massas (CASTELLS, 2009, p. 99), é preciso, em primeiro lugar, apresentar e refletir sobre cada um desses conceitos. No caso da comunicação comunitária, isso implica uma contextualização na história recente do Brasil e América Latina, o que significa fazer uma abordagem também da comunicação popular e da comunicação alternativa.

Retomando textos de autores brasileiros e latino-americanos publicados na década de 1980, verifica-se não somente que a comunicação comunitária feita atualmente tem seus fundamentos constituídos pela comunicação popular e alternativa desenvolvida no período e na década anterior, mas também que a intercomunicação, constituída pelo fenômeno intitulado por Castells (2009, p. 99-109) de autocomunicação de massas, pode ser identificada

¹ Trabalho apresentado em Grupo de Trabalho da V Conferência Sul-Americana e X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã, realizada em Bauru, de 22 a 24 de abril de 2015.

² Jornalista, Mestre em Multimeios, Doutora em Ciências da Comunicação, Professora dos cursos de Bacharelado em Jornalismo e Mestrado em Jornalismo, da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e Coordenadora do Grupo de Estudos e Pesquisas em Mídias Digitais (Gemidi). E-mail: marialuciabecker@yahoo.com.br



nas propostas de comunicação popular implementadas na época. Essa é a hipótese inicial do presente trabalho, que é discutida na perspectiva de que, com a tecnologia de rede hoje disponível, torna-se possível potencializar a comunicação comunitária e popular, ampliando-a no sentido da efetivação do que na década de 1970 se chamou de “comunicação participativa”; ou seja, a comunicação horizontal, dialógica, individual e coletivamente realizada por cidadãos engajados em grupos, organizações e mobilizações sociais.

Assim, este trabalho tem como base a pesquisa bibliográfica de abordagem dialética, resgatando elementos que se sustentam do ponto de vista conceitual e histórico e integrando alguns novos – próprios da dinâmica societária mais recente, como a interatividade, web 2.0 e redes sociais –, de forma a buscar contribuir para avanços teóricos e práticos na área da comunicação comunitária e popular.

Comunicação comunitária – raízes e fundamentos

Falar em comunicação comunitária significa, teoricamente, referir-se a qualquer processo de comunicação que atenda às necessidades e interesses de alguma comunidade. Quanto à comunidade, reconhecendo a impossibilidade de fazer aqui uma sistematização completa do desenvolvimento histórico do conceito a partir de diferentes perspectivas teóricas, vale dizer que é compreendida atualmente como “(...) toda forma de relação caracterizada por situações de vida, objetivos, problemas e interesses em comum, seja qual for a dimensão desse grupo e independentemente de sua dispersão ou proximidade geográfica” (PALACIOS, 1990, p. 107). Esta visão ampla, exigida pela próprio caráter aberto do termo à sua aplicação em contextos e localizações variáveis no espaço e no tempo, indica a superação de algumas visões que identificam elementos característicos de um posicionamento de classe, mais especificamente anticapitalista, no campo de significação do conceito.

Mesmo remetendo ao pertencimento a um coletivo que promove a cooperação e a valorização da individualidade ao fazer emergir “uma 'consciência de reciprocidade' que retroalimenta a busca pela realização do sujeito”, a comunidade não leva, necessariamente, à consciência de classe. Como, no entanto, ela só se concretiza por meio “de uma participação que se estabeleça como exercício do poder de forma democrática ou partilhada”, esta também é a condição básica de realização da comunicação comunitária (MIANI, 2011, p. 227-228).



Como ressalta Raquel Paiva, “a participação efetiva da comunidade na elaboração das produções é exatamente o que vai distinguir um veículo comunitário” (PAIVA, 2003, p. 140).

No Brasil, a expressão “comunicação comunitária” é de uso recente, passando a ser empregada mais amplamente apenas a partir de meados dos anos 1990 e guardando, muitas vezes, traços provenientes de suas origens na comunicação popular e alternativa das décadas de 1960/70/80 (PERUZZO, 2006, p. 7).

Além da relação histórica, outro elo de ligação da comunicação comunitária com a popular e a alternativa, desde a década de 1990, diz respeito à constituição de novos tipos de comunidades, citados por Peruzzo (2006, p. 14) como movimentos que tratam das questões étnicas e de gênero, movimentos ambientalistas e contra a violência, associações e grupos de ajuda mútua, juntamente com seus aliados, como ONGs, setores progressistas de igrejas e organizações do terceiro setor.

A “comunicação popular” teve seu maior desenvolvimento no Brasil nas décadas de 1970, 80 e início dos anos 1990, sendo entendida como “comunicação do povo”, feita por ele no âmbito dos grupos e movimentos populares e visando não só à melhoria das condições de vida das classes subalternas como também à superação da própria condição de subalternidade.

Já a “comunicação alternativa” surge como fato histórico e conceito nos anos 1960, consolidando-se na década de 1970. Ela inclui a “imprensa alternativa”, que tem o seu auge nos anos 1970 – com os jornais Opinião, Pasquim, Movimento, entre outros – e desaparece na década de 1980, desdobrando-se em imprensa partidária e imprensa sindical (PEREIRA, 1986, p. 65-75). Neste contexto histórico, os jornais alternativos se colocam como alternativa de acesso à informação e análise dos fatos, alternativa à grande mídia, que se alinhava à visão oficial em maior ou menor grau por opção político-ideológica ou pela coerção, devido à censura. Na sua maioria, contestavam não só o regime político autoritário, mas igualmente o sistema capitalista, buscando promover uma esfera pública alternativa à esfera pública burguesa.

Na definição de comunicação alternativa, porém, cabe não só os jornais feitos por jornalistas democráticos, muitos deles saídos dos movimentos estudantis. Também os pequenos jornais, boletins e outras formas de comunicação ligadas aos grupos populares – teatro popular, literatura de cordel, alto-falantes, folhetos, cartilhas, vídeos, slides, carro de som etc. – eram chamados de alternativos, como ressalta Peruzzo (2006, p. 8), “mais pela força do sentido do seu conteúdo e sem dispensar a leitura de jornais convencionais”.



Nesta perspectiva ampliada, Grinberg (1987, p. 30) define alternativo como todo meio que, “num contexto caracterizado pela existência de setores privilegiados de poder político, econômico e cultural” faça uma “opção frente ao discurso dominante”. Dentro dessa opção, o autor coloca como elemento fundamental o caráter da mensagem, a “diferença qualitativa” em face da grande mídia, o “questionamento do *status quo*”. Fora isso, na visão do autor, o meio pode fazer a difusão em massa das mensagens, a mensagem pode ser elaborada por um grupo restrito de pessoas e o controle e a propriedade do meio podem ser coletivos ou não.

Para além do alternativo, Grinberg explica que a dimensão da unidirecionalidade emissor-receptor X multidirecionalidade (com a ambivalência desses papéis), juntamente com o controle e a propriedade coletivos do meio, a participação na eleição dos temas e na elaboração das mensagens e o “conteúdo claramente aberto e antiautoritário” são os elementos que definem o que chama de “alternativa popular por excelência” (GRINBERG, 1987, p. 25-30).

Até aqui, portanto, os elementos trazidos à reflexão indicam que a comunicação popular sempre é também alternativa e comunitária, mas estas não precisam necessariamente assumir todas as dimensões do popular. Outro ponto fundamental é a constatação de que a proposta de comutação dos papéis de emissor e receptor está presente na comunicação popular desde as suas origens, não como um aspecto complementar, mas como parte constituinte de sua natureza.

Comunicação “participativa”

Para discutir as possibilidades abertas, com a tecnologia de rede, à comunicação comunitária de caráter popular e uma possível relação com a atualmente chamada intercomunicação, é preciso começar pela questão informação X comunicação. Este não é um debate novo, nasce junto com a comunicação popular ainda na década de 1960. Em 1969, Jean D'Arcy afirmava: “Chegará o dia em que a Declaração Universal dos Direitos Humanos terá de abarcar um direito mais amplo que o direito do homem à informação, inicialmente estabelecido (1948) no artigo 19. Será o direito à comunicação” (D'ARCY, apud BELTRÁN, 1981, p. 17). Em 1972, Ricardo C. Nosedá apresentou o trabalho “Definición y deslinde conceptual de la comunicación” na “IX Asamblea y Congreso de la Asociación Internacional de Investigación em Comunicación de Masas”, realizado em Buenos Aires, onde criticava a confusão entre informação e comunicação:



Comunicação não é ato, mas processo pelo qual o indivíduo entra em cooperação mental com outro até que ambos alcancem uma consciência comum... Informação, pelo contrário, é qualquer transcrição unilateral da mensagem de um emissor a um receptor... A irradiação de mensagens sem retorno de diálogo, proveniente de informantes centralizados, não pode ser identificada com a co-atividade intra-subjetiva característica da comunicação (NOSEDA, apud BELTRÁN, 1981, p. 16).

Esta noção de comunicação como diálogo, como via de mão dupla, não pode, por sua vez, ser confundida com a compreensão da comunicação como processo, que, tendo como precursor David Berlo, nos anos 1960, reconhece um papel não passivo da parte do receptor. Da mesma forma, não pode ser confundida com a noção de retroalimentação, difundida a partir da década de 1950 no âmbito da teoria da cibernética social. De acordo com Beltrán (1981, p. 21), na América Latina a retroalimentação passa a ser entendida como “um privilégio de fontes que permitem aos receptores respostas às iniciativas dos que controlam os meios de comunicação”, ou seja, “é usada exclusivamente para assegurar que a mensagem se ajusta ao receptor de tal modo que este a entenda e cumpra as exigências do comunicador”.

Assim, em contraposição ao paradigma clássico da comunicação e aos seus desdobramentos, em que permanece a visão de transmissão unilinear e a ideia de persuasão, pesquisadores latino-americanos passam, na década de 1970, a pensar na possibilidade de desenvolver outras teorias da comunicação mais de acordo com a realidade do então chamado “terceiro mundo”. A comunicação é percebida não mais como uma questão técnica, “fora da estrutura econômica, política e cultural da sociedade”, como explica Beltrán:

Trata-se de uma questão política amplamente determinada por esta estrutura e que, por sua vez, contribui para a sua continuidade. Assim, a busca da saída para essa situação dirige-se à mudança da comunicação vertical/ antidemocrática para a horizontal/ democrática. Essa procura começou agora, em vários lugares, por meio de esforços que variam em seu raio de ação e enfoque, embora coincidam no propósito: democratizar a comunicação tanto no conceito como na prática (BELTRÁN, 1981, p. 28).

No contraponto à visão de comunicação como transmissão unidirecional da informação, na década de 1970 começam a ser experimentadas na América Latina, então, o que Beltrán (1981, p. 28-29) chama de “tecnologias de comunicação horizontal”, citando exemplos como o uso de unidades móveis de vídeo-teipe no Peru, “que proporcionam aos camponeses a oportunidade de ser não apenas receptores mas também emissores das mensagens”, assim como a confecção de periódicos comunitários e sistemas de alto-falantes, que converte “favelados em comunicadores ativos e autônomos”. Ainda de acordo com



Beltrán, passam a acontecer reuniões internacionais “voltadas inteiramente à 'comunicação participativa’”, como o “Primer Seminario Latinoamericano de Comunicación Participatoria”, realizado em Quito, em 1978.

Surgem, neste período, os cadernos e cartilhas populares sobre comunicação, como o lançado em 1978 pela Comissão Evangélica Latino-americana de Educação Cristã (Celadec), que depois foi publicado no Brasil com o título de “Jornalismo popular”. No caderno, produzido com o objetivo de capacitar grupos populares para fazer seus próprios meios de comunicação e para “analisar criticamente as práticas de comunicação na sociedade”, o jornalismo popular é definido como aquele em que “emissores e receptores são sujeitos” (FASE, 1984, p. 9). Nessa perspectiva, a primeira função do jornal popular é “manter informado o grupo ou comunidade”, não com qualquer informação, mas com “os fatos ocorridos no grupo ou na comunidade, que contribuem para se tomar consciência da situação e agir sobre ela”. A segunda função, de acordo com os autores, é o diálogo:

Uma função essencial do jornal popular é restaurar, na prática, a comunicação através do diálogo, quer dizer, compartilhar num mesmo nível, num movimento de ida e volta, o que a imprensa do sistema nega com sua imposição de verticalidade. Através de jornais populares, os membros de diferentes grupos (comunitários, sindicais, religiosos etc.) podem comunicar entre si seus interesses e necessidades (FASE, 1984, p. 11).

Aqui, um aspecto fundamental é a diferença entre o fazer para e o fazer com a comunidade. Ao se fazer um trabalho de comunicação para a comunidade, como observa Santoro (1981, p. 102), não há uma diferença significativa em relação aos demais *media*, já que a mudança se dá apenas no plano do conteúdo. Claro que, mesmo muitas vezes repetindo a “estrutura unilateral dos meios de comunicação de massa”, há “o senão de inserir-se na sociedade como um meio de contestação”, o que já constitui um instrumento a serviço de outros interesses que não os dos donos dos veículos convencionais. Mas, citando Elias Nodal, o autor fala da importância de se fazer uma “escolha de classe”, única forma de “fazer brotar um trabalho conjunto com os elementos da comunidade” (SANTORO, 1981, p. 102).

Sobre o caráter de classe da comunicação popular, Grinberg (1987, p. 42) diz que isso é nítido, “na medida em que expressa os interesses de um determinado grupo social no seu conflito pela sobrevivência, no seu enfrentamento da dominação política, cultural e econômica”. De acordo com o Coletivo Rádios Livres Populares, movimento criado na França em 1978, citado por Santoro, esse caráter de classe deve ser entendido de forma mais radical e profunda. Afirmando que a ausência da população nos *mass media* “tem como



consequência sua posição de meros receptores”, o Coletivo argumenta que “a palavra foi roubada ao povo pela burguesia”, e opta pela “tomada da palavra”, o que fica expresso no lema “1789, *prenons la Bastille*; 1978, *prenons la parole*”, que indica o objetivo de alcançar a “participação de todos” (SANTORO, 1981, p. 99-100).

Interatividade, Web 2.0 e autocomunicação de massas

A internet, como tecnologia de comunicação horizontal, oferece possibilidades de uso em diversos níveis, desde a interatividade simples, baseada no gerenciamento do contato com o conteúdo por parte do usuário, até o completo apagamento da linha divisória entre emissor e receptor. Num primeiro nível, como explica Canavilhas (2007, p. 90), “a atividade de seleção e interpretação do receptor passa a se constituir como parte estável do processo comunicativo, constituindo-se como um componente essencial”.

Para Santaella (2004, p. 153), a palavra interatividade guarda proximidade com os termos ação (da qual adquire o sentido de operação, trabalho e evolução), agenciamento (de onde adquire o sentido de inter-trabalho), correlação (da qual adquire o sentido de influência mútua) e cooperação (que atribui à interatividade os sentidos de contribuição, co-agenciamento, sinergia e simbiose).

Canavilhas (2007, p. 91-92) cita o modelo de Heeter (1989), que avalia o grau de interatividade segundo seis níveis: complexidade de opção ou seletividade, esforço para acessar a informação, resposta pelo usuário, potencial de controlar o sistema, facilidade de contribuir à informação e grau de comunicação interpessoal (entre usuários).

De acordo com Ward, os modelos de interatividade variam conforme o tipo de ação disponibilizado ao usuário: no modelo unilateral, o usuário apenas recebe informações do jornalista; no modelo bilateral, separado em dois níveis, primeiro ocorre a escolha da ordem de consumo, depois se dá uma interação entre jornalista e usuário (por exemplo, via email); e, no modelo trilateral, “os usuários colaboram com outros usuários e com o jornalista” (WARD, 2006, p. 148-152).

Quanto à Web 2.0, Tim O'Reilly, em seu artigo “O que é Web 2.0: padrões de design e modelos de negócios para a nova geração de software”, publicado em 2005, explica que é preciso ter a web como uma plataforma para interação entre os usuários: criar aplicativos cuja plataforma seja a rede e que se aperfeiçoem a partir dos usuários, de maneira que quanto mais gente utiliza, melhor fique o aplicativo. De acordo com O'Reilly, a chave para o domínio na



era Web 2.0 são as contribuições dos usuários. Trata-se do desenvolvimento do princípio básico da rede:

Hiperlink é o fundamento da web. À medida que os usuários adicionam novos conteúdos e novos sites, eles passam a integrar a estrutura da rede, outros usuários descobrem e se conectam. Do mesmo modo que se formam sinapses no cérebro – com as associações fortalecendo-se em função da repetição ou da intensidade – a rede de conexões cresce organicamente, como resultado da atividade coletiva de todos os usuários da web (O'REILLY, 2005, p. 6, tradução nossa).

Manuel Castells, no livro *Comunicación y Poder*, diz que a Web 2.0 (“conjunto de tecnologias, dispositivos e aplicativos que sustentam a proliferação de espaços sociais na internet”) dá origem a uma forma diferente de comunicação: a autocomunicação de massas. Com a difusão da internet, da comunicação sem fio e de ferramentas de software social, ocorre o “desenvolvimento de redes horizontais de comunicação interativa”. Para o pesquisador, na medida em que os usuários vão incorporando as novas formas de comunicação, constroem “seu próprio sistema de comunicações de massas, através de SMS, blogs, vlogs, podcasts, wikis e similares” (CASTELLS, 2009, p. 101-102).

Tanto as organizações de base quanto os indivíduos estão usando as formas de comunicação autônomas, ao mesmo tempo em que a grande mídia usa blogs e redes sociais para distribuir seu conteúdo e interagir com o público, misturando comunicação vertical e horizontal. A autocomunicação de massas, então, segundo Castells, se estabelece de forma integrada aos chamados meios de comunicação corporativos ou tradicionais de massa. Nesta integração é que se configura o novo modelo de comunicação em rede, em que há a produção e publicação de conteúdo original junto com as replicações, recombinações e indicações de conteúdos.

No Brasil, o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação, do Comitê Gestor de Internet, revelou que 77% dos usuários de internet acessam redes sociais e que 51% da população com idade acima de 10 anos era usuária de internet no país no início de 2014, o que significa 85,9 milhões de pessoas (CETIC.BR).³ Os dados da mesma pesquisa mostraram que 31% da população (52,5 milhões de pessoas) usou a internet no telefone celular. Como, de acordo com o Cetic.br, 85% dos brasileiros têm telefone celular, o uso da internet móvel tende a crescer nos próximos anos, dada a tendência de

³ Dados coletados entre setembro de 2013 e fevereiro de 2014.



diminuição dos custos dos aparelhos chamados de smartphones e dos planos de contratação de conexões em banda larga.

Em relação às redes sociais, os números demonstraram não haver grandes disparidades no uso de redes sociais quanto ao grau de escolaridade e de renda. São usuários: 58% dos analfabetos ou que têm apenas a educação infantil, 74% dos que têm ensino fundamental, 78% dos que têm ensino médio, e 79% do que têm curso superior. Quanto à renda, usaram redes sociais online: 74% dos que recebem até um SM; 76% dos que ganham mais de 1 até 2 SM; 79 dos com mais de 2 até 3SM; 80% dos com mais de 3 até 5 SM; 79% dos com mais de 5 SM até 10 SM; e 71% daqueles que recebem mais de 10 SM.

Este é, então, o contexto do processo indicado por Castells como uma comunicação em que “seu conteúdo está autogerado, sua emissão autodirigida e sua recepção autoselecionada por todos aqueles que se comunicam”. Embora reconheça que “o meio, mesmo um meio tão revolucionário como este, não determina o conteúdo nem o efeito de suas mensagens”, o autor avalia que ele “tem o potencial de tornar possível uma diversidade ilimitada e a produção autônoma da maioria dos fluxos de comunicação que constroem o significado no imaginário coletivo” (CASTELLS, 2009, p. 108).

Considerações finais

O rápido levantamento das origens e ligações da comunicação comunitária com a comunicação popular e alternativa indica, no presente trabalho, a existência de um fio condutor na história da comunicação dos chamados setores populares no Brasil nas últimas cinco décadas. A sistematização realizada propicia as condições para uma visão prospectiva que revela a possibilidade de avanços teóricos e práticos relacionados à opção de uso da internet como tecnologia de comunicação horizontal.

Esse fio condutor começa com o conceito de “comunicação popular”, definida como um processo realizado no interior das classes populares, tendo estas como seus sujeitos. Como visto no texto, o “popular” só se realiza com a inclusão de elementos do conceito e da prática do “alternativo”, pois implica o vínculo entre forma e conteúdo, com o entendimento de que um conteúdo diferente do veiculado pela mídia hegemônica só tem consequência quando constituído como expressão das próprias classes subalternas, ou seja, na medida em que tiver como base a comutação de papéis entre emissor e receptor no seio de cada comunidade/entidade e do conjunto das organizações e grupos populares.



Chegando até os dias atuais, em que se verifica um crescimento da adesão individual e dos grupos, movimentos e entidades às redes sociais online, a identificação desse fio condutor permite pensar na possibilidade de retomar, com a ajuda das novas bases tecnológicas, a proposta de horizontalização da comunicação que sempre caracterizou a comunicação popular.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BELTRÁN, Luis Ramiro. Adeus a Aristóteles: comunicação horizontal. **Comunicação & Sociedade** – Comunicação alternativa e cultura popular. Ano III – nº 6. São Paulo: Cortez, 1981, p. 5-35.

CANAVILHAS, João. **Webnoticia**: propuesta de modelo periodístico para la www. Labcom, 2007.

CETIC.BR. TIC Domicílios e usuários 2013. Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação do Comitê Gestor de Internet no Brasil. In: **Pesquisa sobre o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação no Brasil - TIC DOMICÍLIOS e TIC EMPRESAS**. Disponível em: <http://www.cetic.br/tics/usuarios/2013/total-brasil/C5/> Acesso em: 15 Mar. 2015.

COMUNICAÇÃO & SOCIEDADE – Comunicação alternativa e cultura popular. Ano III – nº 6. São Paulo: Cortez, 1981.

COUTINHO, Clara Pereira. Web 2.0: uma revisão integrativa de estudos e investigações, Clara Pereira Coutinho. In: Carvalho, Ana Amélia A. (Org.) **Actas do Encontro sobre Web 2.0**. Braga: CIEed, 2008. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/8462/1/ClaraF001.pdf> Acesso em: 02 Jun. 2010.

FASE (Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional). **Jornalismo Popular**. São Paulo: Edições Paulinas, 1984.

GRINBERG, Máximo Simpson. Comunicação alternativa: dimensões, limites, possibilidades. In: GRINBERG, Máximo Simpson (Org.) **A comunicação alternativa na América Latina**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 1987.

MIANI, Rozinaldo . Os pressupostos teóricos da comunicação comunitária e sua condição de alternativa política ao monopólio midiático. Revista **Intexto**. Porto Alegre: UFRGS, 2011. V. 02. Nº 25, p. 221-233. Dez. 2011. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/16547/14492> Acesso em: 03 Mar. 2015.

O'REILLY, Tim. What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. **Communications & Strategies**, Nº. 1, p. 17, First Quarter. 2007.



Disponível em: http://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?abstract_id=1008839 Acesso em: 22 Fev. 2013.

PALACIOS, Marcos. “Sete teses equivocadas sobre comunidade e jornalismo comunitário”. **Revista Comunicação & Política**: comunicação pela América Latina. Centro Brasileiro de Estudos Latino-americanos. Ano 9, n 11, Abr-Jun. 1990. São Paulo: Editora Oito de Março, 1990, p. 103-110.

PAIVA, Raquel. **O espírito comum**: comunidade, mídia e globalismo. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

PEREIRA, Raimundo Rodrigues. Vive a imprensa alternativa. Viva a imprensa alternativa!... In: FESTA, Regina e SILVA, Carlos Eduardo Lins da (Orgs.). **Comunicação popular e alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986, p. 53-76.

PRIMO, Alex e RECUERO, Raquel da Cunha. A terceira geração da hipertextualidade: cooperação e conflito na escrita coletiva de hipertextos com links multidirecionais. In: **Líbero**, Ano IX, nº 17, Jun 2006. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/6107/5567> Acesso em: 03 Jun. 2010.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço**. O perfil cognitivo do leitor imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTORO, Luiz Fernando. Rádios Livres: o uso popular da tecnologia. **Comunicação & Sociedade** – Comunicação alternativa e cultura popular. Ano III – nº 6. São Paulo: Cortez, 198, p. 97-103.

SIMÃO, João. **Relação entre os Blogs e Webjornalismo**. 2006. Disponível em: http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/9_joao_simao_prisma.pdf Acesso em: 03 Jun. 2010

SIQUEIRA, Paulo. **Web 2.0 Erros e Acertos**: Um guia prático para o seu projeto. Disponível em: <http://exadigital.com.br/mobilidade/wp-content/uploads/2009/10/Web-2.0-Erros-e-Acertos.pdf>. Acesso em: 02 Jun. 2010

WARD, Mark. **Jornalismo online**. São Paulo: Roca, 2006.