

---

# Prensa comunitaria en el Brasil

## (Discusión conceptual y alternativas para la acción)

---

JOSE MARQUES DE MELO

**“Una prensa sólo puede ser considerada comunitaria cuando se estructura y funciona como medio de comunicación auténtico de la comunidad. El periodista desempeña un importante papel en el desenvolvimiento de esa prensa cuando concibe su mandato a partir del poder popular y no como una mera delegación formal”.**

En 1978, por invitación del Departamento de Periodismo y Editorialización de la Escuela de Comunicación y Artes de la USP, participamos en la IX Semana de Estudios de Periodismo, componiendo un panel con la finalidad de discutir los caminos de la prensa comunitaria en el país. Las reflexiones hechas en aquella ocasión son retomadas en el presente artículo y pretenden ampliar la discusión conceptual sobre esa modalidad de prensa periódica e indicar alternativas posibles para su desenvolvimiento en una sociedad de clases.

### Discusión conceptual

Los organizadores de la IX Semana de Estudios de Periodismo formulaban, en la carta de invitación a los participantes, una conceptualización en los siguientes términos: “El encuentro de este año tiene como objetivo particular trazar la discusión sobre una de las modalidades de prensa más importante, y paradójicamente, más desprestigiadas: la prensa comunitaria, entendida como tal el conjunto de los vehículos que integran la prensa de barrios, la prensa del interior, la prensa negra, la prensa religiosa y la prensa de emigrantes” (1).

¿Será que ese concepto puede merecer una aceptación tranquila en el caso brasileño? ¿Constituyen modalidades de prensa comunitaria todas las especies discriminadas?

Consideramos que no. Y al tomar tal posición nos basamos en la idea de que la prensa comunitaria debe ser al mismo tiempo el vehículo aglutinador y el portavoz de un grupo de individuos conscientemente organizados (sin importar si esa organización asume una naturaleza geográfica, económica, institucional o ideológica).

En otras palabras, una prensa sólo puede ser considerada comunitaria, cuando se estructura y funciona como medios de comunicación auténtico de una comunidad. Esto significa decir: producido **por** y **para** la comunidad.

¿La **prensa de barrios**, en nuestro país, es una prensa comunitaria?

Para responder a esta cuestión tomemos como punto de apoyo el concepto de comunidad propuesto por Max Weber: “Llamamos comunidad a una relación social cuando y en la medida en que el comportamiento en la acción social se inspira en un sentimiento subjetivo —afectivo o tradicional— de los participantes en el sentido de constituir un todo” (2).

Siendo así, ¿es posible decir que la población que vive en un barrio de nuestras grandes ciudades constituye una comunidad? Creemos que no. Pues, más allá del factor geográfico, que aproxima a los individuos allí insertados, no existe una acción social colectiva que los aglutine, que los identifique. ¿Es que la lectura de un periódico editado en aquella área y para ella dirigida no cumpliría ese papel aglutinador? También creemos que no, pues tales vehículos no son

frutos de acción de la cual el grupo social por sí mismo consigue gestar una acción orgánica de la población o una conciencia social en torno del espacio que cubren. Son vehículos producidos para el barrio y no por el barrio. Son canales de comunicación que operan de fuera para adentro, casi siempre atendiendo a intereses que no coinciden con los de aquel agrupamiento humano especialmente localizado.

En el caso de los periódicos de barrio existentes en Sao Paulo, dice Bernardo Lerer que todos se autoproclaman "comunitarios" —"hay una línea de conducta común a todos: formar una comunidad, servir de vehículo a los intereses de esa comunidad, ser un puente de convergencia de las actividades de esa comunidad". Por eso señala Lerer que "eso es muy poco en el diario. El resto es lucro". Y explica que los primeros diarios de barrios de la capital paulistana se destinaban a "funcionar como órgano de presión para conseguir algo para la comunidad que ella atendía o para el hombre que lo dirigía". Pero esos diarios pioneros desaparecerían rápidamente "porque no había alguna razón para que la población los aceptase". Ellos sólo han encontrado posibilidades de sobrevivencia cuando se han orientado para servir a los intereses publicitarios de los comerciantes locales (3).

¿Y la **prensa negra**? ¿Será que refleja la conciencia comunitaria de los 'pretos' brasileños? También opinamos negativamente, una vez que su producción y consumo se restringe a los intelectuales negros o a intelectuales blancos que participan de las ideas anti-racistas, sin que se configuren como una aglutinación suficiente para ser caracterizada como comunidad. Como dice Roger Bastide: "los diarios de 'pretos' representan mucho más la opinión de la clase media de los negros que de la masa". Y apunta una de sus funciones principales: "el diario es una señal de ascenso de tales o cuales individuos de una clase cuya reivindicación principal es la movilidad" (4).

¿Podrá considerarse a la **prensa religiosa** como una prensa comunitaria? En las condiciones en que es producida en nuestro país, esa prensa no pasa de una actividad comunicativa con objetivos adoctrinadores, reflejando mucho más los altos escalones de las jerarquías eclesiásticas y siendo rara vez protección de los anhelos de los fieles, considerados simplemente como receptores pasivos de los mensajes allí diseminados. Analizando, por ejemplo, los diarios católicos, Romeu Dale traza el siguiente cuadro: "De un modo general, los diarios católicos todavía existentes tienen una presencia muy limitada y sufren de una dificultad congénita: son propiedades de organismos oficiales de la Iglesia. De un lado, estos no deben tomar partido en las cuestiones propiamente temporales; de otro lado, un diario sólo puede ser actualizante si está comprometido en esas realidades económicas, sociales, culturales y políticas. Los semanarios ejercen todavía una influencia menor, y, con raras excepciones que tienden a multiplicarse, presentan un estilo eclesiástico, cuando no clerical. La imagen de Iglesia que ostentan deja, por esos mismo, que desear, siendo fácilmente parcial y a veces incluso deformada" (5).

¿Y qué decir de la **prensa del interior**? ¿Cuál es la articulación que existe entre los periódicos editados en las pequeñas ciudades de nuestro país y las respectivas poblaciones? Quien ofreció respuesta para esa indagación fue Wilson de Costa Bueno, en su tesis de maestría, defendida en la ECA-USP. El constató, por ejemplo, que la prensa del interior en Sao Paulo no tiene otra vinculación con la comunidad (si es que podemos aceptar la afirmación de que existe comunidad auténtica en una ciudad del interior) sino la de que circula en aquel determinado espacio geográfico.

Comprometida con el poder político local, y editada por personas idóneas, la prensa paulista del interior representa una empresa personalista de sus propietarios, cuyas relaciones con los lectores se limitan al aspecto mecánico de la circulación y eventualmente la aceptación de ciertas presiones que puedan acarrear peligros para la estabilidad mercadológica o política del periódico (6).

Quedaría por considerar también la **prensa de emigrantes**. Se trata de un caso típico de empresa comunitaria en el país, por lo menos en lo que se refiere a su período inicial —una prensa que circuló en algunas ciudades brasileñas a fines del siglo pasado y comienzos de éste. Fue una prensa hecha por comunidades cerradas, cuyas dificultades lingüísticas y culturales y cuyos intereses económicos provocaron una aglutinación consciente, gestando la necesidad de creación de canales propios para la expresión de sus sentimientos étnicos y para la mantención de los patrones culturales de origen, como bien ha demostrado Sergio Caparelli (7). Sin embargo, como también ha ocurrido en otras áreas de inmigración intensiva— Estados Unidos, Canadá y Austra-

lia— esa prensa declina tan luego ocurre el proceso de integración de esos grupos minoritarios en la sociedad nacional (8). Por eso mismo, podemos afirmar que una prensa de emigrantes que todavía perdura en nuestro país no constituye una auténtica prensa comunitaria, pues ha desaparecido la motivación comunitaria que aglutinaba a aquellos grupos adventicios. Los vehículos que continúan manteniéndose (en el caso de periódicos, programas de radio o de televisión) no pasan de ser empresas comerciales, que exploran un dudoso comunitarismo, ciertamente rentable para sus propietarios. Pero es preciso destacar algunas excepciones, como tal vez sean los casos de los periódicos coreanos y chinos, grupos minoritarios aun no asimilados totalmente por la cultura luso-brasileña;

Por tanto defendemos la tesis de que la prensa comunitaria lamentablemente no ha encontrado condiciones para desenvolverse en nuestro país. Las experiencias detectadas, las dos emigrantes, no han reflejado iniciativas de una prensa brasileña, por tratarse de una prensa europea o asiática en tierras brasileñas.

¿Por qué la prensa comunitaria no ha encontrado ambiente para desenvolverse en el Brasil? Exactamente por los mismos motivos que han marcado la lenta y acallada evolución de la gran prensa burguesa y la de la pequeña prensa política.

Las raíces de ese fenómeno están en los elementos que marcan la estructura socio-cultural del país: el analfabetismo de nuestro pueblo, más efecto a la comunicación oral que a la comunicación impresa; el autoritarismo político, que también ha sido una constante en nuestra historia, impidiendo o dificultando la movilización y la participación de los ciudadanos en la conducción de los destinos nacionales; la concentración de la renta en manos de una élite burguesa y pequeño burguesa, que marginaliza vastos sectores de la población del consumo de productos industrializados, inclusive de las mercaderías culturales. Y así en adelante.

Si esas trabas han impedido el desenvolvimiento de la gran prensa nacional, convirtiendo la información impresa en privilegio de la clase dominante y de sus asalariados pequeño-burgueses, es comprensible que la prensa comunitaria no haya encontrado ambiente propicio para su nacimiento y evolución en el Brasil.

Sobre todo debe considerarse el hecho de que no existe vida comunitaria en el país, por lo menos en lo que se refiere a las áreas urbanizadas y alfabetizadas, pues muestra estructura política, autoritaria y desmovilizadora, no tiene permitida la diseminación de los ideales democráticos indispensables a cualquier aglutinación comunitaria.

Tal vez esas experiencias propiamente comunitarias en el Brasil (además de las sociedades tribales, aisladas de la sociedad nacional) sean aquellas que encuentran en la **miseria** un factor de aglutinación: en las "favelas" de las grandes ciudades o en los poblados de las áreas rurales, constituidas respectivamente por migrantes o inmigrantes potenciales. Pero, en esas comunidades, la prensa no tiene ninguna función, por el analfabetismo dominante o por el pauperismo económico. Lo que no significa que no existan vehículos comunitarios de comunicación popular, o, como prefiere llamarlos Luis Beltrán, vehículos de folkcomunicación (9).

## Alternativas para la acción

Ante tal panorama, se torna evidente que los caminos de la prensa comunitaria en el Brasil están inseparablemente ligados a la lucha por la transformación de la estructura social y económica del país, en el sentido de la implantación de una democracia política. Lucha que asegura las condiciones para el establecimiento de organizaciones auténticamente comunitarias. Lucha por la socialización económica, de tal modo que se retire a la mayoría de nuestra población de las condiciones de hambre y miseria en que se encuentra actualmente, integrándola a la vida nacional, en condiciones de participar plenamente de la sociedad.

Esa lucha implica un rompimiento del atomismo que es el responsable de la desmovilización de nuestra sociedad y que facilita la dominación ejercida por las élites autoritarias, de aquí y de ultramar. Por lo tanto, es necesario superar el estadio de incomunicación en que vive nuestro pueblo, sea por el aislamiento en relación a los centros de decisión, sea por el conformismo generado por los propios medios de comunicación de masas, hábilmente manipulados por la clase dominante.

El cardenal de Sao Paulo, Dom Paulo Evaristo Arns, sitúa con mucha previsión ese fenómeno: "La incomunicación se vuelve particularmente dolorosa en nuestros tiempos, por ser sentida

en lo que es más intolerable: en la convivencia. Más aún cuando ella nos impide ser plenamente hombres. Y, finalmente, cuando se vuelve en obstáculo principal para la convivencia de los hombres. En nuestros tiempos modernos, los sociólogos verifican, como igualmente los pastoralistas, que es precisamente la familia la mayor víctima de la incomunicación. Algunos recuerdan que la televisión y la radio cortan casi todas las posibilidades de un intercambio espontáneo de ideas en casa. (. . .) Para los que no gozan de estos medios burgueses de diversión, el transporte y el cansancio recortan las horas y dificultan la atención necesaria para una conversación amistosa y fecunda en la familia. Hasta parece que ésta ha perdido el alma de su relacionamiento, esto es, estar junto y al mismo tiempo atento a lo que cada cual es y puede significar para los otros. El mismo análisis atañe a las condiciones de trabajo y a las relaciones en la sociedad. Basta haber observado las máquinas y la esclavización del hombre por ellas, para notar que es imposible tener comunicación en ambiente de trabajo. La filosofía misma del trabajo parece criar ambiente de incomunicación. Si, en otros tiempos, el hombre trabajaba para vivir, hoy vive para trabajar. (. . .) Los medios de comunicación social, en vez de despertar en nosotros el deseo de comunicación, nos quitan y nos inhiben, cuando no llegan a cortar el propio deseo de llevarnos las noticias que nos fueron transmitidas en masa" (10). Todavía, el cardenal Arns no se queda inmóvil, efectuando el mero diagnóstico de la situación. El tiene una propuesta efectiva para la creación de una imprenta comunitaria en nuestro país, que viene siendo intentada, a duras penas, por las comunidades de base, respaldadas hoy por la periferia de muchas ciudades brasileñas. "Precisamos de medios capaces de romper la atmósfera compacta de incomunicación producida por los diarios, radios y televisores. Esos folletos, pequeños diarios o comunicados, sólo llegarán a ser verdadera comunicación en caso de que se tornen **convivenciales**. En caso de que provoquen la convivencia. Si consiguen transmitir vida que despierta nueva vida. Si llegan a tocar puntos de interés vital y comunitario. Si colocan al hombre en el centro de sus comunicaciones. Sin embargo, tales pequeños medios sólo serán eficaces y duraderos si tienen un buen asesoramiento y se respetan las reglas de comunicación:

a) Ellos precisan de un verdadero asesoramiento. De personas capaces de verificar datos. Y los hechos sólo interesan en cuanto los hombres que leen los boletines y periodiquitos encuentran gestos de amistad, comprensión del sufrimiento, soluciones posibles para problemas que duelen y afligen. Las noticias por tanto precisan ser bien planeadas, organizadas y presentadas.

b) Las fases y reglas de comunicación incluyen siempre una búsqueda o recepción de informaciones en la cercanía y en la vida medio confusa de los hombres. Ellas precisan además especializarse, sin ceder a la tentación del especialismo, transmitiendo lo que parece obvio, más que lo que tiene que ser dicho. Lo que convence sin hacer presiones. Lo que empuja, sin exageraciones en promesas irrealizables. Tales medios deben ser simples, como es simple el alma del pueblo. Pero han de transmitir vida, sangre y fe, porque el Pueblo se nutre de esperanzas de vida, de renovación y de ideales. Ninguno puede esperar que se alcance, desde luego, el ideal de esos pequeños medios de comunicación. Es preciso como siempre, aprender haciendo, y hacer aprendiendo. Comenzar en cuanto existe la convicción de que los medios serán útiles y apreciados por aquellos a quienes se dirigen" (11).

Ahora bien, eso presupone que la dinamización de una prensa comunitaria está íntimamente vinculada a la organización de las propias comunidades, o sea, a la concientización de la masa trabajadora para la reivindicación y conquista de su papel de agente de las transformaciones sociales. Es una posición no del todo distante de aquella estrategia sugerida por Enzensberger: "Una estrategia socialista de los medios de comunicación debe tender a la eliminación del aislamiento de los participantes individuales del proceso social de aprendizaje y producción. Pero esto no es posible sin la autoorganización de los interesados. Aquí está el núcleo de la cuestión de los medios. Aquí está la cuestión que separa las tendencias socialistas, neoliberales y tecnócratas. Quien cree que la emancipación se puede lograr con la ayuda de un aparato o sistema de aparatos tecnológicos, cualquiera que sea su estructura, sucumbe a una fe oscura en el progreso. Y quien cree que la libertad de los medios quedará implantada tan luego cada individuo se dedique a emitir y recibir, sucumbe a un liberalismo que, bajo ropajes actualizados, proclama la ya superada idea de una armonía preestablecida entre todos los intereses sociales. Frente a tales ilusiones, cabe hacer hincapié en el hecho de que el uso correcto de los medios exige y posibilita una organización. Toda producción que tenga por objeto los intereses de los propios productores presupone un método colectivo de producción. Eso es una forma de autoorganización de las

necesidades sociales" (12).

Las propuestas de Arns y Enzensberger constituyen alternativas robustas para pensar en la prensa comunitaria de las áreas subdesarrolladas, neutralizando propuestas ingenuas, como aquella que Miguel Angel Ferrara, técnico de la OEA, presentaba en el Seminario sobre Periodismo de Comunidad, que CIESPAL realizó en 1971, en Costa Rica.

Ferrara partía de un cuadro que contemplaba el autoritarismo, el caudillismo, la educación anacrónica y la sumisión popular a los intereses de clase, en las regiones agrícolas de América Latina. Para hacer frente a esos problemas, él sugería una "acción de la prensa como instrumento de cambio", enfatizando también la necesidad de realizar un "esfuerzo de movilización de opinión para criar y sustentar una conciencia favorable a la mudanza".

En verdad, la "mudanza" de que habla Ferrara tiene su desaguadero en el "progreso", en el "desarrollo", dejando al margen la cuestión de la transformación social que tenga en el pueblo a su protagonista. Por eso mismo, su "receta" de imprenta comunitaria se aproxima más a un proyecto liberal y reformista (centrándose en el editor preclaro capaz de catalizar los anhelos populares) y bastante menos a una acción democrática desencadenada y agilizada por la propia comunidad.

Esa es la idea que Ferrara tiene de un diario comunitario para las áreas rurales: "Queremos destacar las cualidades de una prensa comunitaria que acciona mecanismos de cambios, mediante el compartir de las inquietudes, de las quejas y satisfacciones, las bondades y las miserias del grupo que le da vida y donde encuentra sustento. La prensa de comunidades, especialmente rurales, es un hecho aglutinador del medio social. El editor típico de una hoja agraria comparte las dificultades de la vida, lleva y trae recuerdos familiares, y conmueve con simplicidad, traduce en su expresión popular. Este pequeño órgano de opinión, que no trasciende las fronteras del poblado (así ocurre en muchos casos), es el enlace de las familias, reúne a los amigos y ayuda a la comunidad a orientar sus aspiraciones. Casi siempre nos habla de novedades felices, aniversarios y encuentros de amigos, y, también, de las dificultades y favores de la naturaleza, del viento y de la temperatura. Sugiere formas de organización para facilitar el comercio de los productos de la tierra, reproduce aquellas medidas que afectan al trabajo y a la vida de los agricultores, incluye canciones populares en sus columnas y notas de actualidad, refleja el apego de sus autores a la tradición y a las costumbres locales".

Y completa esa imagen, refiriéndose al comportamiento del editor: "El editor la escribe, la diagrama y la vende. Es tema de actualidad en cantinas, en las esquinas, en las reuniones familiares y de amigos. La satisfacción mayor del editor está en que comenten noticias, agradezcan una mención oportuna, destaquen una iniciativa. El no se hace rico con su diario comunitario; sin embargo, es feliz de saberse portador de confidencias, de anécdotas y de poder ofrecer a la comunidad la información que no le llega por otro canal y que le ofrece con olor de tinta y de papel impreso" (13).

En suma, Ferrara piensa que el espíritu comunitario se movilizará por el sentimentalismo de los lectores y el paternismo del editor. Es como si las comunidades rurales de América Latina viviesen en el limbo y pudiesen ser despertadas por el accionamiento de variables puramente psicológicas.

Felizmente, ese tipo de propuesta, que mira tan solamente obtener alteraciones de fachada en la vida social de los países latinoamericanos, no encontraría eco, ni en el mismo Seminario de Costa Rica mencionando. Las recomendaciones del Seminario apuntan rumbos más identificados con las corrientes progresistas de la comunicación en nuestro continente, como se puede ver a continuación: "1) Es indispensable un replanteamiento de la problemática del desarrollo, teniendo por base la movilización y, consecuentemente, la participación de la comunidad en procesos de cambios y una regionalización de los países en zonas homogéneas, sectores amplios pero delimitados, con una población que tenga una estructura ocupacional semejante a una condición económica o tecnológica en los mismos grados o semejantes niveles; 2) Un estudio cuidadoso de los sistemas de representación por delegación, pues, como tal como opera hasta ahora, produce distorsiones respecto a la auténtica participación popular en las instituciones; 3) Establecer mecanismos para la formación de agentes elaboradores de contenido que pertenezcan a los propios grupos sociales emergentes, cuya movilización pondría término al papel que muchas veces ocupan, sin querer, intelectuales de otro origen social, los cuales se transforman en agentes que facilitan la imposición de patrones culturales que obstaculizan la maduración de la propia

conciencia de los grupos sociales que están iniciando el proceso de cambios estructurales" (14).

Es claro que el modo de operación de la prensa comunitaria, dentro de la nueva realidad que se preconiza, topa con algunos obstáculos, no siempre visibles a los que se disponen a cambiar la realidad. El principal obstáculo, según Mattelart, es "el **autoritarismo** implícito en la praxis burguesa de comunicación", del que están impregnados hasta los mismos comunicadores que se predisponen a colaborar en proyectos de naturaleza popular. Para neutralizarlo, se vuelve urgente "devolver el habla al pueblo". Eso implica un redimensionamiento del propio papel del periodista en la construcción de una prensa comunitaria efectivamente popular.

¿Cómo devolver el habla al pueblo? Mattelart ofrece algunas pistas, inspiradas en la tentativa chilena de transición pacífica para el socialismo: "Es preciso vincular la noticia con las iniciativas que se van gestando en el proceso: jornadas de trabajo voluntario efectuadas por los trabajadores, gestión popular de una industria, de una unidad agrícola, uniones concretas entre los distintos actores del proceso de cambio: he aquí algunas expresiones que testimonian la práctica social del pueblo y preanuncian una nueva sociedad. En un proceso revolucionario, el medio de comunicación de masas debe convertirse en organizador, al mismo tiempo que en agente de movilización y agente de identificación de los grupos dominados. La definición de pueblo, en cuanto protagonista, implica, sobretodo, el que las clases trabajadoras elaboren sus noticias y las discutan. Eso significa que ellas puedan ser emisores directos de sus propias noticias, de su comunicación. Para cumplir esta necesidad y esta exigencia, es necesario que tenga a su disposición y bajo su responsabilidad la emisión y confección de un órgano de comunicación, al nivel y en la órbita en que gravita su práctica social: diarios de fábrica, de barrios, de clubes de madres etc." (15).

¿Y cuál es el papel reservado al intelectual, principalmente al periodista, en la acción popular para la construcción de una nueva sociedad? ¿O sea, cuál es la contribución del profesional de la noticia para la edificación de una prensa auténticamente comunitaria? También la respuesta a esa cuestión es dada por Mattelart, quien vislumbra inclusive la responsabilidad de las escuelas de comunicación en la tarea de preparar comunicadores aptos para esa misión libertadora.

"La propuesta de creación de un nuevo medio de comunicación —dice Mattelart— implica una necesidad de redefinir el papel de profesional o del trabajador de la noticia, y, en sentido más general, el **status** del productor y transmisor del saber. En la nueva perspectiva, el periodista debe recibir su mandato del poder popular y no entenderlo como una delegación formal, procurando integrar todas las líneas de modo que, por su intermedio, el pueblo no sea mutilado en su expresión —que cumpla el papel de monitor del sentido. Esta nueva forma de periodismo— contra la cual conspira no solamente el carácter de asalariado del periodista, sino también la **ideología del periodismo**, consagrada por la burguesía como única forma de hacer periodismo— exige una formación ideológica que evita que al recorrer las bases se convierta en mero ejercicio formal de seleccionar o presentar noticias. Los periodistas tienen la responsabilidad de crear junto al pueblo una prensa revolucionaria. Esta tarea incumbe no sólo a los partidos, sino que debe ramificarse también a las escuelas que forman los periodistas y comunicadores . . ." (16)

## NOTAS

1. Torquato do Rego, Francisco Gaudencio. "Carta-convite aos participantes da IX Semana de Estudos de Jornalismo. SP, USP, ECA, Departamento de Jornalismo e Editoração, 9 de maio de 1978.
2. Weber, Max. "Comunidade e Sociedade como estruturas de socialização. In: Fernandes, Florestan. Comunidade e sociedade. SP, Nacional, 1973, p. 140-143.
3. Lerer, Bernardo. "Jornal de bairro ajuda a desenvolver a vida comunitária". Cadernos de Jornalismo, (18): 45-51, RJ, Jornal do Brasil, 1969.
4. Bastide, Roger. "O negro na imprensa e na literatura". SP, USP, ECA, Departamento de Jornalismo e Editoração, 1972.
5. Dale, Romeu. "os meios de comunicação social e a Igreja, no Brasil, que se renova. Revista de Cultura Vozes, 63 (1): 5-10, Petrópolis, Vozes, 1969.
6. Bueno, Wilson da Costa. "Caracterização de un objeto-modelo conceitual para análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil (Tese de mestrado). SP, USP, Escola de Comunicações e Artes, 1977.

7. Caparelli, Sérgio. Identificação social e controle ideológico na imprensa dos imigrantes alemães. Comunicação e sociedades (1): 89-108. SP, Cortez & Moraes, 1979.
8. Park, Robert. "The migrant press and its control". New York, Harper and Brothers, 1922.
9. Weissberger, S.J. "The rise and decline of the Yiddish-American Press (Tese de doutorado). Ann Arbor, University Microfilms, 1972.
10. Beltrao, Luiz. "Comunicação popular e religião no Brasil". In: Marques de Melo, José (coord.). Comunicação / incomunicação no Brasil. SP, Loyola, 1976, pp. 37-47.
11. Arns, Paulo Evaristo. "Cidade, abre as tuas portas! SP. Loyola, 1976.
12. Iden, ibidem.
13. Enzensberger, Hans Magnus. "Elementos para una teoría dos meios de comunicação". RJ, Tempo Brasileiro, 1979.
14. Ferrara, Miguel Angel. "Experiência sobre periodismo de comunidad en América Latina. In: Periodismo de comunidad. Quito, CIESPAL, 1974.
15. Periodismo de Comunidad (Incomunicación Social y Marginalidad). Quito, CIESPAL, 1974.
16. Mattelart, Armand. "Comunicación masiva en el proceso de liberación". Buenos Aires, Siglo XXI, 1973.
17. Iden, ibidem.

(Tomado de COMUNICACÃO E SOCIEDADE, Dezembro de 1979, Nº 2)  
Tradujo Jesús María Aguirre

