



Contextos configurativos de experiencias de comunicación comunitaria

María Cecilia Telleria

Question/Cuestión, Nro.68, Vol.3, abril 2021

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom - FPyCS - UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e520>

Contextos configurativos de experiencias de comunicación comunitaria

Community communication experience configurative contexts

María Cecilia Telleria

Universidad Nacional de Rosario

Argentina

maceciliatelleria@gmail.com

Resumen:

El artículo explora las experiencias de medios de comunicación comunitarios y los contextos socioculturales del que emergieron para contribuir al campo de conocimiento de la comunicación comunitaria. Se describen los contextos en cuestión, y luego se exponen experiencias de medios de comunicación gráficos

desde la gestación de dos corpus: una búsqueda sistemática por la web de experiencias globales, regionales y locales, y el trabajo de campo realizado durante los años 2008-2013. Se parte de visualizar que el surgimiento de tales experiencias no puede comprenderse sin situarlas dentro de procesos más amplios en los que se encuentran por un lado, las crisis socioeconómicas de fin de siglo XX y comienzos del XXI, y por el otro, las respuestas que la sociedad civil generó como reacción a tales crisis, constituyendo transformaciones socioeconómicas y socioculturales que apostaron a transformar la problemática de la desigualdad y la exclusión.

Abstract

The article explores the experiences of community media and the socio-cultural contexts from which they emerged to contribute to the field of knowledge of community communication. The contexts in question are described, and then experiences of graphic media from the gestation of two corpora are exposed: a systematic search on the web for global, regional, and local experiences; and the fieldwork carried out during the years 2008-2013. It starts from visualizing that the emergence of such experiences cannot be understood without placing them within broader processes that include, on the one hand, the socio-economic crises of the end of the 20th century and the beginning of the 21st, and on the other, the responses that civil society generated as a reaction to such crises, constituting socio-economic and socio-cultural transformations that aimed to transform the problem of inequality and exclusion.

Palabras claves: comunicación comunitaria; contextos socioculturales; sociedad civil.

Keywords: community communication; socio-cultural contexts; civil society.

Introducción:

Es difícil hablar de los medios, de sus géneros, de sus formas de construcción de sentido, de su producción y recepción, de la creciente segmentación de la demanda y la oferta, o de los procesos de globalización simbólica, de sus 'efectos y usos', aislándolos de su complejo entramado con las transformaciones socioculturales y económicas. (Ford, 1994, p.127)

El surgimiento de las experiencias de medios de comunicación comunitarios no resulta de un hecho aislado. Surgen dentro de procesos contextuales amplios, en los cuales se entrecruzan transformaciones económicas y culturales. En este artículo se explicitan dichos procesos, desde los cuales se configuran diversas experiencias comunitarias gráficas globales, regionales y locales, impulsadas por organizaciones de la sociedad civil (De Piero, 2005) para afrontar la crisis socioeconómica que desde mediados de la década del '70 viene acentuando la problemática de la desigualdad y la exclusión (Grimberg, 2005), producto de la transformación de la relación del Estado y Sociedad (García Delgado, 1996; 2015). Estos procesos nos remitirán también a las dinámicas que fue constituyendo el sistema mediático, tanto por la creación de multimedias y por la emergencia de experiencias alternativas y contrahegemónicas.

Se reconoce que los medios de comunicación comunitarios se caracterizan por proyectarse desde una estructura horizontal, dialógica y participativa frente a la verticalidad de los medios masivos (Graziano, 1980), con un fuerte sentido crítico, contracultural y contrahegemónico, generando otros discursos y agendas, otras miradas en contraposición al poder de los medios masivos, asociadas a estrategias para un cambio social desde la comunicación de todos los sectores sociales, para que sean reconocidas sus "voces" en el campo mediático (Vinelli y R. Esperón, 2004; Aznárez, C., 2004). En esta línea, los medios comunitarios se relacionan con proyectos socio-políticos y culturales que cuestionan la concentración del poder comunicacional (Simpson Grimberg, 1986), como parte de organizaciones de la

sociedad civil que no poseen al lucro como orientador de sus prácticas, sino que promueven formas de comunicar que difieren a las del mercado y a las del Estado. En esta línea, se entiende por organizaciones de la sociedad civil, a la

[...] conformación de grupos o movimientos plurales y autónomos de las acciones estatales y del mercado; vale decir: cuyo objetivo inmediato o primario no es la dominación política ni la acumulación de capital. Pero que no se encuentran escindidos de estos dos fundamentales espacios de las sociedades modernas, ya que sus intervenciones se manifiestan e influyen en el campo de lo político, lo económico, lo social y la cultura en términos generales, al trabajar y buscar la representación de los derechos, del espacio público, de tradiciones y opciones culturales o sociales, constituyendo a su vez las prácticas propias que hacen a la vida de los ciudadanos (De Piero, 2005, p.48)

En efecto, se trata de organizaciones que comprenden el ámbito privado, son independientes del Estado, aunque perciban fondos públicos de subsidios, autogestivas, voluntarias, generalmente sin fines de lucro, no distribuyen beneficios entre sus integrantes. En el universo de las organizaciones sociales se contempla una amplitud de organizaciones con diferentes intereses, objetivos y estrategias. De este modo, se entiende que dicha diversidad da cuenta de que «*el universo de la sociedad civil no es ni homogéneo ni políticamente neutro, ya que en su interior se reproducen las mismas disputas políticas que en el Estado o en el mercado.*» (De Piero, S., 2005, p. 23)

Se exponen en principio los contextos mencionados, y las experiencias de medios de comunicación comunitarios gráficos, desde dos corpus conformados por una búsqueda realizada por la web de experiencias globales, regionales y locales, sumándole el corpus del trabajo de campo realizado entre el 2008-2013 (1).

Contextos configurativos

Para gran parte de los países de América Latina, la década del '70 representa una

reestructuración política, económica y sociocultural que puso de manifiesto la crisis del Estado de Bienestar característico de los años de posguerra mundial. Se asiste a una modificación en la relación Estado-Sociedad (García Delgado, 1996), a la consolidación de un modelo democrático liberal y a la economía de mercado, en el que el ascenso de la clase trabajadora, la sustitución de importaciones y el Estado como regulador de las políticas económicas sociales se derrumban, teniendo como consecuencias el deterioro del tejido económico y social, el inicio del proceso de desindustrialización, aumentando el desempleo y la desigualdad en la distribución del ingreso. Asimismo, la década del '70 también representa una época de grandes movilizaciones y manifestaciones políticas-culturales en respuesta a la implementación de este modelo económico, que afectó a inmensas capas sociales, quebrantando el tejido social y familiar, inaugurando un autoritarismo que acallaba con fuerte violencia la palabra y la acción disidente.

La transición a la democracia estará signada por cambios en la manera de experimentarla y vivirla por la sociedad, ya que se convierte de una suerte de participación que ha caracterizado al Estado de bienestar al de una representación por parte del Estado post-social:

La democracia ya no va a ser vinculada tanto a la participación, respuesta a las demandas que surgen de la voluntad popular [...] Declina la idea de sujeto, y los fenómenos de corrupción generan apatía y crisis de representación. Desaparece la concepción de la política como eje de la movilización y del sentido emancipatorio de la misma. (García Delgado, 1996, p.59)

Iniciado el período democrático en 1983, el panorama económico-social heredado consta de un incremento de los problemas sociales, una deuda externa impagable y una balanza de pagos que llevan a un desborde inflacionario. La década del '80 es definida por una redistribución del ingreso que beneficia a los sectores de la oligarquía financiera nacional e internacional, en detrimento de la masa asalariada del país aquejada por la caída de los niveles de ingreso y la pérdida de puestos de

empleo. Una de las políticas que se implementó fue la del Plan Austral que intentó frenar la crisis regulando el proceso inflacionario. Finalmente, esto no causó lo esperado y ya hacia fines de los 80 asistimos a una hiperinflación que, siguiendo a García Delgado (1996) nos remite a una «*violencia monetaria*», reduciendo salarios, consumo y producción. Las demandas populares comienzan a decepcionarse de la política y se inclinan a la participación en otras formas asociativas, que se vinculan a lo socio-cultural, tales como las organizaciones no gubernamentales y fundaciones que tendrán un auge en la década del '90, ante el vacío de políticas sociales desde lo estatal. Sumado a esta apatía de la ciudadanía con respecto a la política, se produce a fines de los '80 movilizaciones denominadas *estallidos sociales*, tales como saqueos y barriadas.

En la década de los '90, ante la inclinación del Estado hacia los sectores poderosos de la sociedad y la marcada presencia del mercado, se producen medidas conducentes a privilegiar a este último. Una de estas, fue la Ley de Convertibilidad de 1991, que fijó el tipo de cambio con el dólar estadounidense, ola de privatizaciones de empresas del sector público, apertura al libre movimiento de capitales y al comercio exterior, reprogramación de la deuda externa, desempleo y aumento del trabajo informal, disminución de los beneficios sociales, aumento de la pobreza y de exclusión.

Surgen los «*nuevos pobres*», desocupados inclinados al cirujeo, a la venta ambulante como modo paliativo a sus condiciones de vida. Proceso enmarcado en una «*concepción que asociaba la eficiencia con la empresa privada, junto al consiguiente desguace del Estado, que resignaba responsabilidades propias en la atención de los problemas sociales, [lo cual] derivó la preocupación por la pobreza hacia organizaciones intermedias (ONGs y Fundaciones)*» (Araujo Albrecht, 2009, p. 9) En la escena social comienzan a surgir:

una variedad de formas individuales y colectivas desde la venta callejera, las artesanías, las ferias, la participación en sistemas más o menos

formalizados de trueque, el recurso a la asistencia, hasta la inclusión en alguno de los programas sociales. Parte de estos procesos comprometen a redes familiares y vecinales e implican el desarrollo de prácticas diferenciadas y combinadas de formas cooperativas. También son diferenciadas las instituciones (sociales, religiosas, políticas, etc.) y áreas estatales involucradas. (Grimberg, 2005, p. 10)

Dicha situación es recordada por la editora del proyecto editorial Ángel de Lata: «a partir de los años noventa con las economías de emergencia que surgieron en la sociedad para subsistir, a partir de cierres de fábricas, falta de empleo y demás, las familias salieron a buscar su sustento a la calle.» (Entrevista N° 7, Editora de la revista Ángel de Lata, 28/11/2011)

Se presencia el surgimiento de *nuevos movimientos sociales*, en tanto formas de protestas y movilización no asociadas a sindicatos y/o partidos políticos. «Son acciones que parten de un conflicto específico que no pretenden tomar el poder, que son monotemáticas y que muestran bajo nivel de desarrollo institucional.» (García Delgado, 1996, p. 189) También se suman, las ong's «como nueva mediación entre el individuo y el Estado [...] proporcionan apoyo a las organizaciones de base desde una perspectiva no asistencial y procuran activar la movilización de sectores populares.» (García Delgado, 1996, p. 198)

Con este panorama, se llega al conflictivo diciembre del 2001. En la Argentina, el 2001 se presenta como un momento clave desde donde pensar históricamente el agotamiento de las políticas del Estado en materia social. Asimismo, es pertinente para observar los procesos y movimientos socioculturales, que se visibilizan denunciando la falta de representatividad política e institucional del sistema democrático, generando espacios de participación y de representación política: movimientos de desocupados, asambleas barriales, fábricas recuperadas por sus trabajadores y movimientos culturales, nucleados, desde la diversidad de lugares de enunciación, bajo el grito de protesta: *Que se vayan todos!*, consigna que operó en un momento como un horizonte de sentido para diversos sujetos

sociales. En este sentido, se entiende este momento «*En tanto experiencia subjetiva dichos procesos se expresan simultáneamente en una diversidad de padecimientos y modos de sufrimiento social, así como en modos de interpretar, actuar y responder frente a ellos.*» (Grimberg, M., 2005, p.9)

En esta línea, argumenta Gradin (2012)

[...] la crisis del modelo neoliberal en Argentina en 2001 llevó a una reconfiguración del modelo de acumulación, del Estado y de su relación con la sociedad civil que, si bien preservó algunas de las características del modelo anterior, presentó aspectos diferenciados en virtud de la búsqueda de una salida a la crisis social imperante desde finales la década del '90.(2012, p.4)

Luego de la crisis del 2001, y de unos cuantos presidentes, comienza en Argentina una década que para muchos va a representar una «*década ganada*», una época en la que retorna lo político y el rol del Estado se manifiesta a favor de políticas sociales económicas para reducir la pobreza y la desigualdad social, rompiendo con la lógica neoliberal de los '90. Dichas políticas, de la mano de los gobiernos nacionales de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015), en sintonía con el ascenso de gobiernos populares en América Latina, toman las riendas del «*desarrollo inclusivo, las industrias nacionales, la centralidad de la reducción de la pobreza y la desigualdad social en el diseño de las políticas económicas y sociales.*» (García Delgado y Ruiz del Ferrier, 2015, p. 121)

Entendemos que este retorno a lo político como forma de acción y organización es posible pensarlo como producto del fuerte quiebre de representación y perspectiva que se desarrolló en el 2001 y 2002. La fuerza en la retórica y las políticas de acción de estos gobiernos que podemos llamar populares, encontró legitimidad y buena recepción en la sociedad. Por consiguiente, con la recuperación de lo político en la esfera gubernamental y cotidiana, diversos sectores de la sociedad civil comienzan a verse representados por estos gobiernos que deciden políticas contestatarias al neoliberalismo, tales como el «*desarrollo productivo, al desendeudamiento, a la*

reindustrialización, a potenciar el mercado interno, a la cada vez más creciente inversión en investigación, en ciencia y en tecnología» (García Delgado y Ruiz del Ferrier, 2015, p. 126) y de generar cambios favorecedores para los sectores populares: Asignación Universal por Hijo, Plan de Inclusión Previsional, Ley de Movilidad Jubilatoria, Plan Argentina Trabaja, Programa Conectar Igualdad, Programa PROCREAR, Programa Remediar, entre otros.

En este período, los medios de comunicación actuaron como principales generadores de opinión, articulando y delimitando a los sectores de la oposición a este gobierno *popular*, en una amplia franja que se enmarca desde la derecha más *tradicional*, hasta la izquierda más *combativa*. En el año 2008, como ejemplo, instalan la dicotomía campo vs gobierno, tras la Resolución N°125 que implementa un incremento y movilidad de las retenciones a la exportaciones de soja y girasol, causando paros y bloqueos de rutas promovidos por las asociaciones patronales agropecuarias. El desabastecimiento de productos comestibles que esto ocasionó, produjo un impacto a favor del campo por amplios sectores sociales y la responsabilidad directa al gobierno nacional.

García Delgado y Ruíz del Ferrier (2015) argumenta que el conflicto es marcadamente político, «*en términos de democracia versus mercados; autonomía de la política versus las corporaciones, soberanía popular versus élites conservadoras*» (2015, p. 123) Esto permite entender el dilema de la consolidación de las políticas de este gobierno progresista, ya que en el posterior gobierno nacional de Cambiemos que se inicia en el 2015, comenzaron a implementarse ajustes, endeudamiento, caída de subsidios y programas que estaban dirigidos a sectores más desfavorecidos. En efecto, se produjo: «*una vuelta a la dependencia económica tanto de los países desarrollados, que nos proponen que liberemos nuestros mercados mientras ellos protegen el suyo, como de los organismos financieros internacionales.*» (Converti, 2016) Mientras pregonaron en toda su campaña electoral su plan principal de «pobreza cero», comenzaron gobernando

bajo innumerables decretos de necesidad y urgencia.

Entramada en dicho proceso económico social, la situación de los medios de comunicación nacionales y latinoamericanos también ha sido atravesada por las transformaciones estructurales que se dieron lugar: el mercado comienza a imponerse en la década del '70 trastocando la regulación de los grupos de comunicación de empresas familiares de los '50 y '60 a grandes conglomerados mediáticos. De esta manera,

Desde la recuperación del sistema constitucional en diciembre de 1983, tras el colapso de la dictadura luego de la expedición guerrera de Malvinas (1982), cuatro procesos caracterizan al sistema de medios de comunicación: primero, el destierro de la censura directa; segundo, la concentración de la propiedad de las empresas en pocos pero grandes grupos; tercero, la convergencia tecnológica (audiovisual, informática y telecomunicaciones); y por último, la centralización geográfica de la producción de contenidos (Becerra y Mastrini, 2011, p. 10)

En los '90, con el predominio de las políticas neoliberales, se produjo una desregulación estatal sobre los medios acelerando los procesos de concentración y formación de grandes conglomerados mediáticos, resultando los más importantes Globo (Brasil), Televisa (México), Clarín (Argentina) y Cisneros (Venezuela) Esto se traduce en monopolización de un único discurso, una voz con intereses particulares, *«permiten la presencia y, a la vez, la ausencia de ciertos temas, contribuyendo a multiplicar la influencia de estos actores que no solamente 'informan' sino que forman los modos de percepción social de la realidad.»*(García Delgado, 1996, p. 132). Los medios de comunicación se constituyen en tanto espacios de poder y de política, que producen y reproducen ciertos hechos en pos de equilibrar y/o desequilibrar el poder estatal. De esta manera, ocupan un lugar políticamente estratégico, por lo que en el siglo XXI asistimos a un cambio en el rol del Estado, el cual comienza a intervenir en su regulación y controlar los niveles de concentración de la propiedad, promoviendo la participación de grupos de la sociedad civil.

Particularmente en Argentina, la apertura democrática de 1983 trajo en materia

comunicativa la Ley de Radiodifusión decretada en 1980 bajo contexto dictatorial, en la que se prohibía la participación de las organizaciones sociales en medios de comunicación, y posteriormente, en la década del '90, el avance de las políticas neoliberales facilitaron un proceso constante de concentración mediática. La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 (LSCA) en el 2009, estableció nuevos límites para la concentración de la propiedad de los medios (Becerra y Mastrini, 2011) y se constituyó en un nuevo escenario para el ejercicio del derecho de la comunicación. Asimismo, permitió pensar las experiencias de comunicación comunitaria, ya que posibilitó la participación y otorgó reconocimiento no contemplado anteriormente con la reserva de un 33% del espectro radioeléctrico, estableciendo un régimen abierto de participación para cooperativas, sindicatos, escuelas, universidad, iglesias y emisoras comunitarias, entre otras. A partir de diciembre del 2015, con la asunción del gobierno de la alianza política Cambiemos, asistimos a un desmantelamiento de la LSCA, con los Decretos de Necesidad y Urgencia N° 13, 236 y 267, que permitieron la concentración mediática, la competencia sin regulación estatal y la centralización de la producción.

Desde diciembre del 2019, asume la presidencia Alberto Fernández por el Frente de Todos. Habiendo transcurrido más de tres meses de su gestión, el 12 de marzo de 2020 se declara la emergencia sanitaria por la pandemia por coronavirus 2019 (COVID-19), una enfermedad ocasionada por el virus SARS-CoV-2 (coronavirus del síndrome respiratorio agudo grave tipo 2). El 20 de marzo, se emite el Decreto 297/2020 que declara el aislamiento social preventivo y obligatorio. Todas las medidas sociales que se han tomado desde ese entonces, salvo algunas excepciones, como el caso emblemático de la Ley sobre el Acceso a la Interrupción Voluntaria del Embarazo (Ley N°27.610), apuntaron a solventar a la ciudadanía que se encontró en estado de emergencia total.

Experiencias de comunicación comunitaria

En este punto, se sistematiza la búsqueda realizada por la web de experiencias de medios de comunicación comunitarios gráficos globales, regionales y locales, ya sea en páginas web propias de cada medio como también de trabajos académicos que han realizado un estudio de caso.

Como experiencias pioneras a nivel global, en 1989 nace una primera iniciativa de una publicación callejera en la ciudad de Nueva York, *Street News*, con el propósito de ofrecer a la población más vulnerable de la calle una opción de subsistencia (Vásquez Ramírez, M. y C. García Prieto, 2009). La idea, que encontraría después eco por el mundo, consiste en publicar una revista o periódico para que vendan los habitantes de la calle ganando por lo menos un 50% del valor de cada ejemplar. En 1994, surge la Red Internacional de Revistas de la Calle (INSP, siglas en inglés) radicada en Londres aportando al desarrollo de esos proyectos editoriales a nivel mundial. Según la INSP, las

[...] publicaciones de la calle son los periódicos y revistas independientes que proporcionan oportunidades únicas de empleo para personas en situación de pobreza e indigencia. [...] Por medio de una red sólida, la INSP puede actuar como una plataforma global en defensa de aquellas voces desatendidas, así como defender las necesidades y derechos de la gente que vive en la pobreza. (<https://insp.ngo/>)

La INSP fue impulsada en pos de compartir experiencias por la publicación inglesa *The Big Issue*, que refiere a un proyecto “*creado como una solución de negocio a un problema social*”. Dicha publicación se inicia a partir de 1991 en respuesta al creciente número de personas que se encontraban en las calles de Londres. Así, considerando la problemática de la falta de vivienda, ofrece a las personas sin hogar una oportunidad de ganar un «*ingreso legítimo, de ayudar a ayudarse a sí mismos [...] liberarlos de la dependencia de las limosnas y ofrecer una alternativa a la mendicidad.*» (<https://www.bigissue.com/>) Se ha constituido en una organización registrada, *Fundación Big Issue*, desde la cual abarca cuatro áreas

claves: vivienda, salud, independencia y el financiamiento, dependiendo casi exclusivamente de donaciones voluntarias. Desde su centro en la ciudad de Londres, se ha constituido en una de las experiencias en comunicación que ha inspirado a cientos otras en todo el mundo, por ejemplo la argentina *Hecho en Buenos Aires*.

En 1996, en Estados Unidos se crea la *Asociación Norteamericana de Periódicos de La Calle* (NASNA, *North American Street Newspaper*), que junto a la INSP tienen el objetivo «*de unificar las iniciativas para combatir la indigencia y la mendicidad en las calles de las grandes ciudades.*» (Vázquez Ramírez y García Prieto, 2009, p. 7)

La Farola, es otra de las experiencias comunicacionales que ha influido en proyectos similares en Argentina, como *La Luciérnaga*. Surge en 1994 en España como "el periódico que da pan y techo" a los sectores postergados según reza su lema, en 1996 se constituye como Fundación: "*La Farola sigue siendo hoy un periódico sin periodistas -la mayoría de los artículos proceden de publicaciones de Internet-, un posible negocio lucrativo y la única forma de vida que tienen cientos de inmigrantes africanos.*" (Barturen, 1997, p. 7)

En 1999, surge en Porto Alegre, la revista *Boca de Rua*, vendida por personas en situación de calle de la ciudad brasileña. Lo interesante de esta publicación, que pocas veces aparece en otras experiencias, es que sus vendedores son partícipes del contenido de la misma, «*De acuerdo a la agencia libre de Información, Educación y Ciudadanía (ONG Alice) - responsable de la producción de la Boca Street Journal - textos, fotos e ilustraciones son preparados por las personas sin hogar durante los talleres semanales.*» (Montipó y Rosendo, 11, p. 2011) De esta manera organizan su lema que es «*dar voz a los que no tienen*», visibilizando a estos grupos e invitando al lector a reflexionar sobre sus realidades, particularmente las de las calles, que no tienen cobertura en los medios de comunicación masivos.

Desde el 2002, la Revista *Ocas*", de la Organización Civil de Acción Social, de Sao Paulo (Brasil) se define por ser un instrumento de inclusión y de expresión de personas en situación de calle y/o vulnerabilidad social, asegurándose desde su materialidad tanto un modo de subsistencia, un trabajo, como también un medio por el cual contar sus historias de vida y difundir sus creaciones artísticas. Este proyecto editorial es parte de la INSP, inspirada en la revista inglesa *The Big Issue* y en la argentina, *Hecho en Buenos Aires*.

Aurora Da Rua surge en Salvador de Bahía, en marzo del 2007, como una revista de la calle que pretende visibilizar aquellas personas que son olvidadas por el resto de la sociedad y servir de herramienta de reinserción social para sus vendedores. Los mismos son personas que viven en la calle, quienes también contribuyen activamente en la elaboración y construcción del contenido, a través de talleres de narración y de arte.

Revista *La Calle* surge en 2007 en la ciudad de Bogotá, bajo el impulso de la Fundación que lleva el mismo nombre, "*siendo la herramienta principal de asistencia para las personas en situación vulnerable. Igualmente, la revista constituye un proyecto cultural en sí, con inquietudes y expectativas sobre la ciudad que pretende intervenir.*" (Vásquez Ramírez, M. y C. García Prieto, 2009, p. 7) Sus objetivos giran en torno a concientizar a la sociedad colombiana sobre la limosna y en plantearse estrategias de inserción social y laboral para los vendedores, que se caracterizan por ser personas en extrema vulnerabilidad. Los contenidos son pensados y se realizan investigaciones para construirlos, contando con varios profesionales que de manera voluntaria aportan su trabajo para la recopilación y edición del material.

A fines de octubre del 2010, la revista *La Callejera* surge como una publicación mensual sin fines de lucro, en la ciudad uruguaya de Montevideo, la cual es vendida por personas en situación de calle o viviendo bajo otras formas de exclusión social. Se define como un proyecto colectivo, comunitario y comunicacional, en el cual

prima el trabajo voluntario.

En cuanto a las experiencias en comunicación comunitarias nacionales, que se enuncian a continuación, se perciben las influencias y redes tejidas con las experiencias ya detalladas anteriormente, pues parten de las mismas inquietudes y persiguen objetivos afines.

Una de las experiencias pioneras de comunicación en Argentina es *La Luciérnaga* (Araujo Albrecht, R. (2009), que más que una revista se trata de una Fundación, una ONG (Organización No Gubernamental) de Córdoba. Nació en 1995 como un proyecto laboral y cultural destinado a la promoción de los niños, adolescentes y jóvenes en situación de calle, inspirada en la revista española *La Farola*. En esos años reciben del Centro Monseñor Angelelli su sede para ser utilizada como casa de acogida, donde comenzaron a desarrollarse actividades recreativas y de educación informal. A través de donaciones de ONGs y de fundaciones adquirieron una imprenta propia, comenzaron con el proyecto Escuelita de Luciérnagas, el taller de Periodismo, la Farmacia Solidaria, el comedor y el programa de coordinación de donaciones Córdoba Solidaria. Estos espacios funcionan como puntos de encuentro y contención para los niños y adolescentes trabajadores, acompañados por un grupo de colaboradores y formadores. Además funciona en la casa un Centro Tecnológico Comunitario destinado al aprendizaje de herramientas comunicacionales básicas para los jóvenes y niños trabajadores y para miembros de la comunidad. Entre sus objetivos se destacan el de constituirse, considerando a la revista, como una fuente alternativa de trabajo; el de contribuir, a partir de su contenido, a la sensibilización pública sobre la problemática del trabajo infantil; y el de implementar espacios educativos-recreativos.

Desde el año 2000 llevan adelante un proyecto de regionalización por el cual se acompañan los procesos organizativos y operativos de replicaciones de este modelo de intervención en diferentes localidades del interior del país. De allí

surgen *Ángel de Lata* en Rosario, *Changuitos* en Santiago del Estero, *Barriletes* en Paraná. La publicación se caracteriza por su contenido social y por ser una producción independiente que se financiaba con recursos privados, lo que desde el principio hizo irregular su salida. De allí su lema: *Aparece cuando sale*. Para conseguir mayor periodicidad y financiamiento del proyecto, acordaron con los vendedores que una parte de la venta de la revista iba para cubrir los costos de producción de los siguientes números. De esta manera, los chicos pasaron a formar parte vital en la existencia y continuidad del proyecto. Así, se generó una lógica de intervención opuesta al asistencialismo, dado que los destinatarios de la iniciativa se transformaron en sujetos activos, responsables e indispensables dentro de la iniciativa.

La revista *Hecho en Bs. As.* (Franco, 2002; Wilkis, 2006) nació en junio del año 2000 inspirada en la publicación londinense *The Big Issue* y es miembro de la Red Mundial de Publicaciones de la Calle (INSP). Su propósito es brindar una oportunidad laboral a la gente de la calle, personas sin techo, marginados y desempleados, proporcionándoles ingresos a través de la venta de la revista. Los aspirantes a vendedores reciben una capacitación especial y una credencial. Como se trata de personas marginadas, se asume que la venta de la revista es un primer paso para su reinserción social. Sumándose al proyecto, obtienen ingresos a través de la autogestión e inician cambios positivos en sus vidas.

Al mismo tiempo se constituye en una revista de interés general, actualidad, enfoques sociales, arte, espectáculos y cultura, escrita por periodistas profesionales. Una de sus secciones se denomina la Prensa del Asfalto, que es un espacio para los vendedores de la revista, en donde expresan sus opiniones, comentarios, publican poemas y dibujos. Más allá de la revista, ofrece servicios sociales, terapias de apoyo, talleres creativos, servicios médicos, consultorio jurídico, a fin de ayudar a los vendedores y sus familias a aspirar a una vida mejor completando un proceso de inserción integral. Además de distribuirse en la Capital

Federal, *Hecho en Bs. As.* circula en La Plata y en Mar del Plata y dio origen a publicaciones como *Hecho en Mendoza* y *Hecho en Chile*. También guarda similitudes con el periódico *Diagonal*, que ofrece una oportunidad laboral a los *nuevos pobres* de Buenos Aires, aquellos integrantes de la clase media que perdieron su posición a causa de la crisis.

El *Ángel de Lata*, como medio de comunicación social, surge en el año 2000 en la ciudad de Rosario (Santa Fe) producto del trabajo de colectivos sociales tales como las prácticas de la institución salesiana y la Agrupación La Vagancia en el Barrio Ludueña, la Coordinadora de Trabajo Carcelario y la Radio Comunitaria Aire Libre (Centro de Educación, Comunicación y Biblioteca Popular). Fue allí en esos espacios compartidos, que comenzaron a visualizar como problemática la falta de trabajo: «*Entonces empezamos a pensar en conjunto sobre posibles alternativas o el trabajo en función a lo que hacía a ese problema, la falta de laburo*» (Entrevista N°8, “A”, ex-editor, 31/07/2012). En los registros de campo realizados entre 2008 y 2013, se observa algunas de esas características que marcaron el inicio:

No se instrumentaron políticas para que, desde el año 2001 en adelante, con todo el desfasaje económico que hubo las familias pudieran encontrar un sustento real y concreto para subsistir. Siempre se hicieron proyectos educativos y demás, pero que no tenían que ver con el sustento económico. Y esa fue la falla más grande que tuvimos y en ese sentido fue la brecha por donde entró la revista. (Entrevista N° 7, editora de la revista, 28/11/2011)

A partir de estos vínculos que estamos haciendo referencia y de las prácticas sociales llevadas a cabo en el Barrio Ludueña, comenzó a gestarse el proyecto editorial *Ángel de Lata*, inspirada en *La Luciérnaga*, de Córdoba:

En el 2000 creo que fue el momento en el cual se pensó en la posibilidad de hacer una revista, ya esa publicación que estaban haciendo *La Notita* que tuviera una, una salida y más en base a experiencias que se estaban dando en algunos puntos del país como Córdoba, donde los chicos en situación de calle vendían una publicación que hablaba de ellos y que podían quedarse con un porcentaje de la revista, que era una forma de

pensar un financiamiento y una forma de trabajo digamos más o menos digna. (Entrevista N°9, "B", miembro fundador Radio Comunitaria Aire Libre, 09/08/2012)

El Ángel de Lata estuvo en las calles desde el 2000 al 2012, como un medio de comunicación de las realidades vividas en los barrios periféricos de la ciudad, realidades no difundidas por los medios hegemónicos de comunicación. También se trató de una oportunidad económica, una herramienta de trabajo y como una propuesta educativa de contención, de pertenencia de niños, adolescentes y familia, brindando espacios educativos y de expresión a través de talleres.

El *Proyecto Changuitos* surge en Santiago del Estero en julio del año 2000, nació bajo el lema *Con el trabajo hacia la dignidad*, y cuyo objetivo prioritario es la educación, fue concebido como un emprendimiento independiente, sin fines de lucro y no asistencialista, destinado a chicos de 11 a 16 años que están en la calle, expuestos a diferentes peligros sociales. La venta de la revista les permite a sus vendedores un ingreso para autoabastecerse, concurrir a la escuela y colaborar en sus hogares. Una parte de esa venta, más donaciones voluntarias, logran financiar el número siguiente y las actividades que realizan desde el proyecto. Realizan talleres de música, fotografía, fabricación de alpargatas, también brindan educación no formal, educación para la salud, relaciones humanas, apoyo escolar, realizan salidas recreativas y están emprendiendo una cooperativa de panadería.

La revista *Barriletes*, es parte de una Asociación Civil que lleva el mismo nombre, nace en agosto del año 2001 en la ciudad de Paraná (Entre Ríos), inspirada por la revista La Luciérnaga. Con el objetivo de constituirse en una alternativa laboral, está destinada a ser vendida por jóvenes y adultos en situación de extrema pobreza, los niños y menores de 18 años solo venden acompañados de un adulto. La edición de la revista se realiza por un equipo compuesto por comunicadores, trabajadores sociales, diseñadores gráficos, educadores en minoridad y estudiantes. A través de los contenidos difundidos, *Barriletes* busca crear conciencia y visibilizar en la

opinión pública acerca de la realidad de los chicos de la calle y las familias en situación de pobreza. Además de ofrecer una propuesta laboral que intenta dignificar la vida de estas personas, el proyecto les ofrece actividades complementarias educativas-recreativas tales como alfabetización, enseñanza de títeres, cursos de computación, talleres de murga, jornadas de periodismo, transmisión y aprendizaje en el oficio gráfico y armado de la revista. De este modo, se ofrecen como

[...] un modo eficaz de contención. Lo que en primera instancia parece implicar sólo un beneficio económico, promueve la adquisición de compromisos, responsabilidades y habilidades para la organización del trabajo. De modo que los jóvenes ingresan a un proceso formativo permanente que permite la incorporación de nuevas herramientas y conocimientos y el surgimiento de otras expectativas. (<https://barriletes.org.ar/>)

La Pulseada es un emprendimiento de la obra iniciada por Carlos Cajade, cura tercermundista creador del Movimiento de los Chicos del Pueblo. Surge en abril de 2002 en La Plata, constituyéndose además en un proyecto social solidario y una iniciativa periodística innovadora. *La Pulseada* es vendida por personas desocupadas que obtienen a través de la revista una fuente de ingresos. También se vende en quioscos, y parte de lo recaudado es destinado a hogares y comedores. «*Como iniciativa periodística, busca ofrecer contenidos y tratamientos alternativos a los de los medios comerciales, que significan un compromiso con la lucha por una sociedad más justa e igualitaria.*» (<http://www.lapulseada.com.ar/>)

Por iniciativa de periodistas comenzó a editarse en diciembre del año 2002 la revista *Abrecaminos* en Buenos Aires, dedicada a reflejar las experiencias de lucha de los diferentes movimientos sociales de nuestro país. Tiene el objetivo de brindar trabajo e ingresos a los desocupados mediante la venta de la revista, como también dar a conocer las diversas expresiones de resistencia que existen en el país, propiciando el conocimiento recíproco y la articulación entre las múltiples luchas sociales. La venta es realizada por movimientos de desocupados, centros de

estudiantes y otras organizaciones sociales. Los contenidos de la publicación son la experiencia de los trabajadores de las fábricas recuperadas, la formación de cooperativas de trabajo, las reivindicaciones de los movimientos campesinos, los emprendimientos de las organizaciones piqueteras y los reclamos de los llamados pueblos originarios. Coherentes con sus objetivos, los impulsores de *Abrecaminos* decidieron editarla en la Imprenta Chilavert, un taller gráfico recuperado por sus trabajadores que funciona en el barrio porteño de Pompeya. Pretendiendo que la edición de la publicación participen los propios vendedores contando sus experiencias, para consolidar nuevas formas de democracia directa y organización horizontal. La financiación de la revista se realiza a través de su venta, quedándose una parte el vendedor. No cuentan con apoyo publicitario para mantener la regularidad de la misma, y no pretenden depender de ONGs.

La Búsqueda es una revista y proyecto social autogestivo que surge en junio de 2004 en la ciudad de Santa Fe. Es vendida por adolescentes, jóvenes y adultos en situación de calle o en condición de vulnerabilidad social para quienes no sólo es una herramienta de trabajo y una fuente de ingreso, sino y principalmente *una forma de ser escuchados*, de contar sus historias. Se constituyó como un medio gráfico independiente que no se encuentra vinculado con ninguna institución partidaria o religiosa. Su contenido, las notas, las fotografías y la elección de los temas son producto de los jóvenes vinculados a la venta de la misma. Actualmente, se han constituido como ONG y brindan talleres lúdicos recreativos y de formación laboral.

Nuestra labor se basa en tres pilares: la comunicación comunitaria, la pedagogía popular y la economía social. Esto implica pensar otro tipo de comunicación que democratice la palabra y la participación, monopolizada por los grandes medios de comunicación; pensar en otra educación que no sea estigmatizadora y expulsora de los niños y jóvenes del sistema escolar; y en una economía social que rompa con la lógica perversa del sistema económico que expulsa a los sectores empobrecidos a la vez que explota su fuerza de trabajo. (Entrevista a su directora, <http://revistalabusqueda.blogspot.com.ar/>)

En Bariloche se produce y se edita la *Revista Al Margen* desde el 2004, está integrada a la Red Nacional de Medios Alternativos y a la Red Mundial de Publicaciones de la Calle, se constituye en una herramienta de trabajo e ingreso para personas marginales o desocupadas, jóvenes y adultos, como también les ofrecen talleres artísticos y han creado la cooperativa de trabajo que funciona como una escuela informal de oficios. Se reconoce como un medio alternativo, ya que no depende de agrupaciones políticas, religiosas ni empresariales y plantea una posibilidad laboral para gente que el modelo socioeconómico actual excluye, funcionando horizontalmente, y las noticias que difunde no forman parte de la agenda de los grandes medios de comunicación. Priorizan para su contenido y publicación el material creado por alguno de los integrantes del colectivo (vendedores o talleristas) por sobre el material aportado por periodistas o fotógrafos profesionales, porque *la idea es darle al vendedor un sentido de pertenencia respecto a la publicación*. Desde su contenido denuncian, informan y analizan problemáticas barriales, de los sectores más vulnerados de la población local y nacional, de las políticas nacionales, del medio ambiente. El proyecto también necesita del apoyo de la gente que compra las revistas, de los anunciantes que publicitan en ella, ya que la base del proyecto y su sustento es la cooperación y la solidaridad. Se distribuye por Bariloche y zona de influencia y también llega a otras ciudades del país y del continente, gracias a la Red de la que forma parte.

Revista Donde Topa de Mendoza es parte de la Asociación Civil Alternativa Solidaria es la responsable del proyecto junto a un grupo de estudiantes voluntarios universitarios quienes la coordinan y la hacen posible. En este sentido, el trabajo realizado desde el 2005 apunta a la inclusión de jóvenes de sectores excluidos de Mendoza. Se planteó como un espacio educativo y un espacio laboral, ya que es vendida por los jóvenes que la producen en acompañamiento en distintas partes de la ciudad.

Darse Vuelta se trata de una revista temática con contenido cultural y social a

beneficio de Organizaciones sin fines de lucro de Puerto Madryn, iniciada a partir del 2005 hasta el 2013 por la fundación Arte y Parte, junto a vecinos de la ciudad. Publicaban números temáticos, para presentar un abordaje en profundidad utilizando el recurso de las crónicas, ensayos, cuentos, poesías, fotografías e ilustraciones. La revista también cumplía una importante función social que consistía en convocar a desocupados y subocupados como distribuidores, quienes recibían por cada ejemplar vendido un porcentaje de su valor.

Actualmente estas experiencias se han ido transformando. Pocas mantienen el formato papel (Hecho en Buenos Aires, La Luciérnaga, Al Margen, entre otras) incorporando otros formatos, ya sea radial e instalándose en las redes sociales (Facebook, Instagram), y otras ya no están en vigencia (tal como el Ángel de Lata).

Consideraciones finales

Se pretendió en estas páginas retomar las experiencias de medios gráficos comunitarios para contribuir a su conocimiento dentro del amplio campo de la comunicación comunitaria. Para comenzar estas consideraciones finales, se argumenta sobre las experiencias comunicacionales y dinámicas económicas-culturales reflexionando generalidades que emergen de lo explorado. En esta línea, se podría situar el origen de las experiencias de comunicación comunitaria gráfica en los países desarrollados, sobre todo en Europa y E.E.U.U., expandiéndose al resto de los continentes (África, Asia y América Latina) a finales de la década del 90' y a principios de la siguiente, considerando un punto de inflexión en la crisis del 2001 para las experiencias argentinas.

Estas experiencias comunicacionales comunitarias surgen de organizaciones de la sociedad civil a partir de vivenciar momentos de crisis político-económicas. Estas organizaciones suelen estar asociadas a instituciones de la economía social o

solidaria, satisfaciendo demandas que no están cubiertas por el Estado o por el Mercado. Se visibiliza así, un espectro del fundamento del origen de las mismas: crisis de desempleo y caída del Estado de Bienestar. De esta manera, las diversas experiencias gráficas son emprendimientos originados por instituciones o servicios sociales que realizan trabajos en la asistencia social. Tienen en común vínculos con otras organizaciones, avalando o aportando capital, en términos económicos o de experiencia en el trabajo social. Se trata de proyectos innovadores, que buscan otras alternativas a las tradicionales lógicas asistencialistas estatales:

[...] como una herramienta laboral y una experiencia de reinserción social para un pequeño y particular sector de la población compuesto principalmente por personas en situación de calle, desocupados de largo tiempo con poca capacitación laboral y baja escolaridad; y como una alternativa a la concepción asistencialista que prima en los programas y planes sociales estatales para este tipo de población. (Franco, 2002, p. 19)

Los perfiles sociales de los «vendedores» son heterogéneos: personas «sin hogar», desempleados, inmigrantes ilegales, refugiados; representan las particularidades de la «exclusión» en cada ciudad (Wilkis, 2006) Estas experiencias comunicacionales están caracterizadas como medios de comunicación social, alternativos, empresas sociales, publicaciones de la calle (Araujo Albrecht, 2009; Franco, 2002; Wilkis, 2006), denominaciones que denotan una serie de características que las implican. En efecto, una de las características de estas publicaciones es el contenido contrainformativo, que implica un enfrentamiento contra el discurso oficial y contra el orden establecido. Frente a los mitos de independencia, objetividad y verdad de los medios masivos, las prácticas alternativas al asumir un carácter instrumental postulan: la dependencia, subjetividad, verdad, en compromiso político y social con el cambio. Es así que,

[...] la alternatividad es un proceso que abarca desde el discurso hasta la organización del medio y las formas sociales en que éste se utiliza, siendo el discurso contrainformacional el elemento que manifiesta las necesidades

de la coyuntura política y los objetivos de la organización político social encarnados a su vez en la práctica misma del medio. (Vinelli y Rodríguez Esperón, 2004, p.13)

En la mayoría de las experiencias se observa y declaran realizar coberturas periodísticas o artículos que reflejan otras miradas de las que reflejan los grandes medios, resaltando las voces de los protagonistas, difundiendo reflexiones críticas y no un discurso atravesado por intereses económicos y políticos que caracterizan a los grupos multimedias, quienes conforman a la noticia en mercancía. «*Son los medios alternativos, los que nacen en condiciones de precariedad y van desarrollado, paciente, pero efectivamente, tareas de pequeñas hormigas frente a los gigantes de la desinformación.*» (Aznárez, C., 2004, p.118) En efecto, se configuran como espacios desde donde visibilizar otras realidades que no son las que circulan en los medios masivos de comunicación, con la intención de que sus contenidos despierten «*conciencia social.*» (Barturen, 1997)

El devenir socio histórico ha demostrado que las organizaciones de la sociedad civil adquieren un rol fundamental en contextos de crisis, ante las desigualdades y quiebres de sentidos que estos provocan. A partir de las crisis socioeconómicas y de los contextos socioculturales que emergieron entre fin del siglo XX y las primeras décadas del XXI, han posibilitado la construcción en distintas partes del globo de experiencias de medios de comunicación comunitarios gráficos, para paliar la emergencia económica de sectores excluidos de la sociedad, creando las condiciones para comunicar otras realidades.

Notas:

- (1) Dicho trabajo de campo se realizó para la tesina de grado en licenciatura en Antropología, titulada “El Proyecto editorial Ángel de Lata. Abordaje antropológico de un espacio de articulación, identidad y pertenencia en la ciudad de Rosario.” (2018, defendida 2019)

Referencias Bibliográficas

Al Margen, Bariloche. Recuperado de: <https://almargen.org.ar/>

Araujo Albrecht, R. (2009) La Luciérnaga, revista de los chicos de la calle. Del cambio social a la empresa social (Tesina de grado) Recuperado de: <http://comunicacion sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/16/2013/02/2319.pdf>

Aurora da rua, Brasil. Recuperado de: <http://www.auroradarua.org.br/>

Aznárez, C. (2004) La importancia del periodismo alternativo en la actual lucha liberadora. En VINELLI y RODRÍGUEZ ESPERÓN (comps.) *Contrainformación: medios alternativos para la acción política*. Buenos Aires: Ediciones Continente.

Barriletes, Paraná. Recuperado de: <https://barriletes.org.ar/>

Barturen, M. (1997) El fenómeno de la prensa social. *Revista de servicios sociales*, N° 31, España. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2699202>

Becerra y Mastrini (2011) Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano. *Comunicar* N° 36, v. XVIII, 2011, *Revista Latina de Educomunicación*. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3916/C36-2011-02-05>

Converti, L (2016) ¿Cambiemos o volvamos? La política de endeudamiento en Argentina. Disponible en: <http://www.telesurtv.net/opinion/Cambiemos-o-volvamos-La-politica-de-endeudamiento-en-Argentina--20160203-0039.html>

Darse Vuelta, Puerto Madryn. Recuperado de: https://www.facebook.com/darsevuelta/?ref=page_internal

De Piero, S (2005). *Organizaciones de la sociedad civil*. Buenos Aires, ED Paidós.

Díaz, C, E. Lacombe y C. López (2002) El Juicio de la Mirada. Incidencia de la mirada social en la construcción y resignificación de los atributos identitarios. Análisis de un caso particular: Los chicos trabajadores de La Luciérnaga

(Tesis de grado)

Donde Topa, Mendoza. Recuperado de: <https://revistadondetopa.wordpress.com/>

<https://www.idealist.org/pt/ong/fb5ecbf17d974645b2ef1d2af6faef79->

[asociacion-civil-alternativa-solidadaria-acas-mendoza](https://www.idealist.org/pt/ong/fb5ecbf17d974645b2ef1d2af6faef79-)

Ford, A. (2001) Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis. Buenos Aires:

Amorrortu editores.

Franco, D. (2002) Hecho en Buenos Aires: un proyecto editorial para los sin techo.

(Tesina de grado). Disponible en:

http://www.comunicacion.fsoc.uba.ar/tesinas_publicadas/1196.pdf

García Delgado, D. (1996) Estado y Sociedad. Buenos Aires: Tesis Grupo Editorial

Norma S.A.

García Delgado, D. y C. Ruiz del Ferrier (Comps.) (2015) Estado y desarrollo

inclusivo en la multipolaridad: desafíos y políticas públicas. Ciudad Autónoma

de Buenos Aires: Flacso Argentina.

Gradin, A. (2012) La participación como proceso técnico político de incorporación

de las organizaciones de la sociedad civil a la gestión pública. En Ana Arias,

Bárbara García Godoy y Alejandra Bazzala (comp.) Trabajos Seleccionados

IV Encuentro Internacional de Políticas Públicas y Trabajo Social: Aportes

para la reconstrucción de lo Público. FSOC –UBA y AGENCIA.

Graziano, M (1980) Para una definición alternativa de la comunicación. En Revista

ININCO N° 1, Venezuela.

Grimberg, M (2005) Protesta Social y Resistencia o el problema de los límites de la

hegemonía. En 1° Congreso Latinoamericano de Antropología, Asociación

Latinoamericana de Antropología (ALA), Rosario, Argentina.

Hecho en Buenos Aires. Recuperado de: <https://www.hechoenbsas.net/es/>

Jornal Boca de Rua, Brasil. Recuperado de: <https://jornalbocaderua.wordpress.com/>

La Búsqueda, Santa Fe. Recuperado de: <http://revistalabusqueda.blogspot.com.ar/>

La Callejera, Uruguay. Recuperado de: <http://callejerarevista.blogspot.com/>

La Pulseada, La Plata. Recuperado de: <http://www.lapulseada.com.ar/>

Montipó C. y S. Rozendo (2011) Jornal Boca de Rua - cidadania e transformação social a partir da comunicação comunitária. V ABRAPCORP, Redes Sociais, Comunicação, Organizações. Recuperado de: http://www.abrapcorp.org.br/anais2011/trabalhos/trabalho_criselli_suzana.pdf

Revistas de la Calle (INSP) Recuperado de: <https://insp.ngo/>

Simpson Grimberg, M. (1986) Comunicación alternativa: tendencias de la investigación en América Latina. En Simpson Grinberg, M. (1986) Comunicación alternativa para el cambio social. México: Ed. Premia.

The Big Issue, Reino Unido. Recuperado de: <http://www.bigissue.com/about-us>

Vasquez Ramírez, M. y C. García Prieto (2009) Fortalecimiento de la revista La Calle. (Proyecto Final) Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/86438406.pdf>

Vinelli, N y C. Rodríguez Esperón (2004) Contrainformación. Medios alternativos para la acción política. Buenos Aires: Ediciones Continente.

Wilkis, A (2006) Un análisis del circuito de donación surgido a partir de las “publicaciones de la calle” en la ciudad de Buenos Aires. Avá, Revista de Antropología, N° 9, UNSAM, Misiones. Recuperado de: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-16942006000100008&script=sci_arttext