



Programa Radiofônico Ecolândia: da Práxis à Teoria.¹

Márcia Franz AMARAL²,
Luiz Henrique COLETTI³,
Gabrielli Siqueira DALA VECHIA⁴,
Juliana Reichembach GELATTI⁵,
Felipe Viero KOLINSKI MACHADO⁶
Cristiano MAGRINI⁷,
Janaína OLIVEIRA⁸,
Luciana Reginalda Rocha da ROSA⁹,
Maíra BERTOLDO¹⁰,
Michelle FALCÃO¹¹.

Universidade Federal de Santa Maria (UFSM)

Resumo

O programa Ecolândia, veiculado pela rádio comunitária Caraí 106.3 FM, é um projeto de extensão do grupo PET (Programa de Educação Tutorial) Comunicação Social da UFSM. Possui o objetivo de divulgar informações sobre meio ambiente e qualidade de vida de forma acessível ao público da rádio comunitária. Este artigo propõe-se a analisar as metodologias empreendidas no programa radiofônico Ecolândia e, em que medida, elas se encaixam no conceito de Jornalismo Público.

Palavras-chave: Radiojornalismo; Jornalismo Público; Valor-notícia.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), docente do mestrado em Comunicação Midiática, da graduação em Jornalismo e tutora do Programa de Educação Tutorial da faculdade de Comunicação Social da UFSM.

³ Acadêmico do 5º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: luiz.media@gmail.com

⁴ Acadêmico do 5º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: gabi_dala@hotmail.com

⁵ Acadêmico do 7º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: julianagelatti@gmail.com

⁶ Acadêmico do 5º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: felipeviero@yahoo.com.br

⁷ Acadêmico do 3º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: cristiano_magrini@msn.com

⁸ Acadêmico do 8º semestre de Jornalismo da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: evita jornalista@yahoo.com.br

⁹ Acadêmico do 5º semestre de Relações Públicas da UFSM, bolsista do Programa de Educação Tutorial (PET) e atual integrante do Projeto Ecolândia. E-mail: lu.facos@gmail.com

¹⁰ Acadêmica do 7º semestre de Jornalismo da UFSM, integrante/colaborador do Projeto Ecolândia. E-mail: mairabertoldo@gmail.com

¹¹ Acadêmica do 3º semestre de Jornalismo da UFSM, integrante/colaborador do Projeto Ecolândia. E-mail: michelle-pf@hotmail.com



Introdução

Há três anos, a proposta dos idealizadores do projeto era a criação de um núcleo, dentro do qual haveria um programa de rádio, sendo produzido com o principal objetivo de viabilizar ações comunitárias. Com o passar do tempo, contudo, tal idéia foi abandonada e o Ecolândia tornou-se, efetivamente, aquilo que é hoje: um programa centrado em questões ambientais e de qualidade de vida.

O ‘Ecolândia’ se propõe a transmitir informações sobre o ambiente e a qualidade de vida de uma forma diversa daquela encontrada nos meios de comunicação tradicionais. Busca se aproximar da realidade por intermédio de uma linguagem simples, característica do Jornalismo Popular somada aos requisitos do Jornalismo Ambiental, no intuito de sensibilizar os ouvintes para as questões atuais que envolvem a Ecologia. Além disso, procuramos adaptar-nos ao contexto do veículo de que utilizamos: uma rádio comunitária que, por sua vez, é considerado um meio de comunicação alternativo ou contra-hegemônico. Nesse sentido, é nosso objetivo aproximarmo-nos da comunidade, dos seus interesses e necessidades, para que ela continue encontrando em sua própria rádio o que não lhe é fornecido nos meios tradicionais.

O conceito “jornalismo público” ou “jornalismo cívico” surgiu nos Estados Unidos em 1990. Em função do declínio no número de leitores de jornal, o editor-chefe do *Wichita Eagle* (jornal da cidade de Wichita no Kansas), David Marrite, uniu-se a outros militantes com o propósito de motivar os cidadãos norte-americanos a engajarem-se politicamente. Sendo facultativo o voto, em território estadunidense, Marrite acreditava que posicionar seu jornal politicamente não apenas aumentaria o número de eleitores que compareceriam às urnas, como também alavancaria a venda de jornais em função da relevância social do tema. Como nos mostra Luiz Martins da Silva¹², em seu artigo *Jornalismo Público, o social como valor notícia*:

Escolher candidatos comprometidos com as comunidades e suas lutas contra a pobreza, droga e a violência era uma das doutrinações originárias. Merrit e outros pioneiros dessa militância acreditavam que os leitores estavam desencantados com a imprensa pela forma com que às vezes ela passava ao largo de suas aflições. Daí, a queda nos índices de vendagem.

¹² SILVA, José Martins. *Jornalismo publico: o jornal como valor-notícia*. Rio de Janeiro, 2002.



O jornalismo público ganhou força como movimento social quando o *Pew Charitable Trust* – fundação pertencente aos herdeiros da *Sun Oil Company*, da Filadélfia – resolveu financiar atividades que estivessem de acordo com os valores democráticos e comunitários. Em 1999, a fundação já ultrapassara os 12 milhões de dólares de arrecadação em prol do *civic journalism*, embora grande parte daqueles que encabeçaram a idéia do jornalismo público fossem contrários a esse patrocínio, temendo a perda da autonomia e o desvirtuamento dos valores-notícia que almejavam preservar. A mudança do foco não ocorreu, entretanto, com o veterano Edward Fouhy (ex-CBS, ex-NBC, ex-repórter na guerra do Vietnã e ex-catedrático), contratado pela fundação para dirigir, em Washington, os projetos de jornalismo público, como relata Luiz Martins Silva no artigo citado acima.

Mas afinal, o que é jornalismo público?

Uma das premissas do jornalismo público é focalizar suas pautas naquilo que é de interesse público. Uma das estratégias de aproximação do jornalismo produzido sob a perspectiva do *civic journalism* é justamente captar no receptor as mensagens que ele deseja que sejam emitidas. Esse processo se dá através da inserção dos cidadãos na programação dos meios de comunicação de massa não só como meros receptores, mas como atores que possam contribuir para a definição do que deve ser veiculado¹³.

O jornalismo público é apontado como alternativa para o problema da falta de espaço para assuntos de interesse público na mídia. Esse movimento nasceu como uma forma de reafirmar as responsabilidades sociais do jornalismo numa era mercantilista, na qual o dinheiro tem grande influência nas decisões editoriais de um veículo jornalístico. O jornalismo cívico, portanto, representa uma brecha no modo de produção da notícia, valorizando as fontes não oficiais e privilegiando os cidadãos e sua ativa participação na vida pública.

Mesmo sendo ainda incipiente no Brasil, o jornalismo público pode ser uma forma de melhorar o relacionamento entre jornalismo e a comunidade. Um dos fundadores do movimento, o professor universitário Jay Rosen afirma: “O jornalismo pode e deve ter um papel no reforço da cidadania, melhorando o debate público e revendo a vida pública”.(TRAQUINA, 2001, p. 172).

¹³ SILVEIRA, Lucas Medeiros da. O rádio a serviço do público, um estudo sobre a informação prestadora de serviço na Rádio Itatiaia. Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, do Departamento de Ciência da Comunicação do Centro Universitário de Belo Horizonte – UNI-BH, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em jornalismo, sob orientação de Adélia Fernandes.



O valor-notícia no *civic journalism*

Tradicionalmente as fontes geradoras de fatos a serem selecionados como notícia estão nas esferas do Estado e da Economia e na Sociedade. Ficando ao cargo da camada denominada “o social”¹⁴, o campo do qual emergem as notícias como fatos dramáticos, mais humanos. Este “setor social da notícia”, acaba ganhando espaço na mídia tradicional quando chama a atenção dos chamados *gatekeepers* (selecionadores de notícias) em função dos ingredientes de sensacionalismo presentes nos acontecimentos que envolvem o seu cotidiano. O jornalismo público procura justamente o contrário. Ele tende a fugir dos fatos sociais que apresentem o dramático no sentido teatral.

O que o *civic journalism* procura é agregar valor-notícia a elementos tradicionais de análise e orientação do público quanto à solução de seus problemas. Por exemplo, ir atrás de indicações de serviços à disposição da comunidade, como endereços, telefones úteis, fax, *e-mails* e *sites* a fim de propor um caminho para a resolução daqueles problemas. O jornalismo público prioriza também a mudança no foco jornalístico. Ao invés de focar no fato (problema social), ele busca a solução ou o porquê da não-solução desse problema.

Quando Luiz Martins da Silva trabalha o conceito de noticiabilidade dentro da esfera do social, ele propõe a existência de dois paradigmas dentro do tratamento dado aos fatos com alto teor de dramaticidade provenientes da classe popular. O paradigma antigo se especializou em demonstrar como os acontecimentos irrompem desde a natureza, ou espaço social, até as manchetes de jornal; e como esses fatos são consumidos pelo público receptor, “sempre disposto a se chocar ou se deleitar com as novidades [*news*]”, ressalta Martins Silva. O novo paradigma de tratamento desse tipo de notícia (o jornalismo público) é direcionado para a transformação: as notícias e as informações que são acrescidas aos fatos “bizarros” do cotidiano são constitutivas de uma práxis. O que é considerado, segundo o novo paradigma do jornalismo social, é que nenhum fato que envolva o humano pode prescindir do agendamento e do noticiamento, o que não justifica a forma como esse noticiamento é feito. A proposta, então, seria fornecer ao público instruções, roteiros e procedimentos acerca da responsabilidade social de todos na consecução dos meios para a resolução dos problemas representados pelos fatos e suas conseqüências.

¹⁴ Entendido aqui como o terceiro setor.



Porque jornalismo público e não comunicação comunitária?

O jornalismo comunitário tem como premissa colocar os cidadãos como produtores da notícia e não apenas como fonte dos fatos a serem noticiados. Como enfatiza Peruzzo em seu artigo *Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania*,

a participação das pessoas na produção e transmissão das mensagens, nos mecanismos de planejamento e na gestão do veículo de comunicação comunitária, contribui para que elas se tornem *sujeitos*, se sintam capazes de fazer aquilo que estão acostumadas a receber pronto, se tornem protagonistas da comunicação e não somente receptores. (PERUZZO, 2002).

O jornalismo público prevê o jornalismo como uma prática social, que tem um papel fundamental na vida dos cidadãos, portanto, quanto mais bem informados esses cidadãos, melhores decisões eles tomarão para suas vidas e para a vida da comunidade. A premissa de inserir os cidadãos como produtores da notícia não passa, necessariamente, pelo conceito de jornalismo público. Portanto, nossa análise do programa radiofônico Ecolândia priorizará esse conceito em detrimento ao de jornalismo comunitário, uma vez que se trata de um programa produzido pelos acadêmicos de jornalismo da Universidade Federal de Santa Maria que tem como público uma comunidade santa-mariense¹⁵ e como veículo, uma rádio comunitária¹⁶.

No Brasil, a utilização do termo Jornalismo Público ainda é pouco difundida, os meios de comunicação do país não se declaram praticantes do *civic journalism*, o que revela, segundo Silva (2002) “senão o desconhecimento dessa categoria como um campo específico, pelo menos a inexistência de algo programático, que faça parte de suas política editoriais”. Ele se refere à destinação de uma editoria a tratar dos assuntos referentes ao terceiro setor. Ainda existe uma grande confusão entre a categoria do jornalismo público que se convencionou chamar de “mídia espontânea”, que trabalha em favor de uma causa, e o jornalismo comunitário, em função de sua comum associação a um grupo/associação de bairro, sindicato ou organização não-governamental.

¹⁵ A zona Sul de Santa Maria compreende os bairros: Tropical, Urlândia, Tomazetti, entre outras localidades atingidas pelo sinal da rádio.

¹⁶ Rádio comunitária Carai-FM, que está vinculada à associação dos moradores do bairro Urlândia, localizado em Santa Maria – RS.



Entretanto, segundo Marco Antonio Coelho Filho, existe ainda uma diferença de cunho prático entre o trabalho jornalístico empreendido no *civic journalism* e aquele executado pelo jornalismo de cunho comunitário:

Enquanto o jornalismo comunitário mostra o problema e cobra soluções, o jornalismo público mostra como os problemas podem ser tratados pelas políticas públicas. Em vez de fazer uma matéria sobre o buraco de rua e ir atrás da autoridade para que ela solucione aquele problema, podemos retratar como funciona a política que determina a colocação de asfalto nos bairros. (Coelho Filho, 2001).

Portanto, nesse artigo pretendemos analisar de que forma a comunidade constituída pelo público do Ecolândia vem pautando a mídia, ou melhor, a produção deste programa radiofônico. Nos baseamos na premissa de que quando a imprensa ultrapassa a sua função primária de informar e passa a contextualizar e analisar os fatos, abordando as soluções que o Estado e a Sociedade vêm encontrando para os problemas e indicando formas de participação dos cidadãos nos esforços coletivos em favor do Desenvolvimento Humano, ela está efetivamente valendo-se do seu potencial de prestação de serviço e educação para a cidadania.

O Ecolândia e sua busca de aproximação com o público

O Ecolândia: ‘o mundo onde a gente vive’ é um programa radiofônico semanal, que é transmitido pela rádio comunitária Carai FM, localizada na região sul da cidade de Santa Maria, Rio Grande do Sul. Tendo duração de uma hora, e sendo pautado por temáticas ligadas ao meio ambiente e à qualidade de vida, o Ecolândia é um dos projetos de Extensão do Programa de Educação Tutorial (PET) do curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

O Grupo PET Comunicação Social criou, em 2006, um projeto de extensão que foi chamado de Núcleo de Educação Ambiental. A ideia surgiu a partir de contatos feitos, na Zona Sul de Santa Maria, com padres, associações comunitárias e com representantes da Rádio Carai FM, que na época era a única rádio comunitária legalizada na cidade. As ações foram planejadas para que a partir de um programa de rádio, o Ecolândia, algumas ações comunitárias fossem realizadas naquela região, a fim de contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos moradores através de palestras, brechós de roupas usadas para arrecadar fundos, etc.



A primeira etapa de trabalho com relação ao Ecolândia foi a construção de uma metodologia de produção do programa radiofônico. Durante os dois primeiros anos do programa houve grande ênfase no aprendizado dos acadêmicos do grupo PET com relação às técnicas de radiojornalismo e de jornalismo ambiental, bem como na adaptação à linguagem popular. Em 2008, com a ampliação da equipe produtora do Ecolândia, que passou a com a colaboração do grupo PET biologia e ainda voluntários dentro do curso de comunicação social da UFSM, foi possível repensar as questões teóricas¹⁷ que envolviam o programa.

Algumas das falhas que foram detectadas, no tocante à proposta inicial do programa, tinham relação com o distanciamento que o Ecolândia acabou tomando de seu público, a comunidade da zona sul santamariense. Esse distanciamento pode ser entendido, tanto com relação à ausência da opinião do público na escolha das pautas, quanto no tocante à ignorância dos produtores sobre a audiência desse programa.

É importante frisar que quando nos referimos à ausência da opinião do público na elaboração das pautas, não estamos dizendo que seus interesses não eram considerados.¹⁸ Eles o eram, e muito, mas sob a perspectiva dos acadêmicos produtores do programa e não segundo a opinião colhida diretamente com esses cidadãos. Portanto, em 2008 houve uma tentativa de reaproximar os emissores das mensagens produzidas pelo Ecolândia de seu público receptor. A metodologia encontrada para tanto foi a de realização de uma pesquisa de opinião pública.¹⁹

A partir das idéias trazidas em função da Pesquisa de Opinião, houve a promoção de algumas ações no sentido de tornar o público do Ecolândia mais presente no processo de produção. Entre essas iniciativas pode-se elencar a adesão a algumas das pautas sugeridas pela comunidade na POP, e mesmo a promoção de uma ação de Educação Interdisciplinar (unindo educação ambiental e arqueologia) junto às crianças do Centro de Ação Integral à Criança (CAIC) do bairro Minuano.

Mesmo depois de rever as metodologias de definição dos valores-notícia e trabalhar para buscar mais do que a compreensão do público através da linguagem

¹⁷ Ao abordar essas questões teóricas é importante salientar que, em nenhum momento, elas foram desligadas da práxis do jornalismo.

¹⁸ A única forma efetiva de consultar a opinião dos ouvintes do Ecolândia era feita através do quadro *Microfone Aberto*. Neste quadro, um dos repórteres do Ecolândia vai até as ruas dos bairros atingidos pelo sinal da rádio Carai, perguntar a opinião dos moradores sobre determinado assunto.

¹⁹ Esta pesquisa de opinião foi uma parceria entre acadêmicos da FACOS, que estavam cursando a disciplina de Pesquisa de Opinião Pública em Comunicação ministrada pela Dr. Rejane de Oliveira, e os integrantes do Ecolândia. A aplicação dos questionários foi toda feita pela equipe do programa. Um dos intuitos era promover a integração entre produtor e receptor, no processo de comunicação estabelecido através do Ecolândia.



facilitada, o Ecolândia passou a questionar o seu papel dentro da comunidade. O programa é pensado e produzido com o foco na comunidade da zona sul de Santa Maria, tentando sempre detectar as necessidades que essa comunidade apresenta no tocante ao meio onde ela vive (o seu meio ambiente) e à sua qualidade de vida (em geral, tratando de temas ligados à saúde e bem-estar). Porém, em nenhum momento o morador da zona de alcance da rádio é transformado em produtor do programa. Sendo esta uma das premissas da comunicação comunitária o Ecolândia já não se encaixaria nesse conceito.

Jornalismo Ambiental em uma rádio comunitária, mas que jornalismo é esse?

Para Daniel Cornu (1994), fazer um jornalismo com o objetivo de atender as demandas e necessidades do público é uma questão de ética. A deontologia profissional e a ética da informação definem, antes de tudo, os atos próprios dos jornalistas: recolher informações e dar-lhes a forma de notícia com vistas à sua divulgação. E é justamente esse o trabalho que os estudantes de jornalismo, que produzem o Ecolândia, têm feito: dar forma de notícia aos problemas encontrados no cotidiano da comunidade da vila Urlândia.

Embora o espaço para a prestação de serviço nas rádios brasileiras seja reduzido, a inserção do cidadão na programação dos meios de comunicação de massa, não mais como meros receptores, mas como atores que possam contribuir com o venha a ser veiculado, tem se destacado. O jornalismo público é apontado como uma das soluções para o problema da falta de espaço para assuntos de interesse público na mídia.

O programa Ecolândia, portanto, busca a revalorização dos conceitos-chave do jornalismo com relação ao interesse público, ao pretender resgatar no seio da comunidade ses anseios com relação à ausência de políticas públicas no tocante à manutenção do ambiente em que essa comunidade vive. Os problemas com animais soltos nas ruas transmitindo doenças, a falta de iluminação, a ineficiência do sistema de transporte urbano, entre outras são as pautas que permeiam o que se produz de reportagens, entrevistas, enquetes, notícias e outros tantos quadros produzidos pela equipe do programa.

Uma das edições veiculadas no mês de março de 2009 tratou do problema de iluminação pública na Vila Tomazetti. Esta pauta foi definida através do telefonema feito por um ouvinte à rádio, solicitando que houvesse esclarecimento com relação ao



descaso da prefeitura. Um dos repórteres do programa realizou uma enquete com os moradores da Tomazetti a fim de certificar-se da existência do problema. A partir daí foi feita uma entrevista com o Secretário de Obras e Manutenção do Espaço Urbano de Santa Maria. Houve a produção de uma reportagem de cunho didático com relação ao procedimento a ser tomado quando de uma lâmpada pública queimada. Foi uma edição produzida bem aos moldes do que diz o script do programa: “O objetivo do Ecolândia é aproximar do nosso dia-a-dia questões ambientais e de qualidade de vida. Mas não queremos fazer isso sem a sua colaboração. Por isso, participe do programa”.

A metodologia utilizada, desde as primeiras edições do Ecolândia, foi sempre a de tentar encaminhar o cidadão para a resolução dos problemas do seu bairro. Seja consultando fontes oficiais ou não, o que determina a busca e o tipo de fonte a ser utilizado é o interesse do público, primando pela resolução/amenização/prevenção do problema.

O quadro *Biologia em comunidade* é um exemplo da tentativa de comunicação que promova a educação para a cidadania. Nesta ‘editoria’ do programa, um grupo de estudantes de biologia procura, de forma lúdica, alertar a população sobre algum dos temas referentes à prevenção de doenças através do cuidado com o seu corpo, casa, jardim, rua e, por fim, todo o bairro.

Não há uma educação da população no sentido de trazer-lhe ao estúdio dar voz, literalmente, aos seus anseios. O que o Ecolândia vem tentando desde a sua criação é algo igualmente difícil: colocar-se no lugar do outro a fim de tentar entender os seus problemas e buscar, das mais diversas formas, explicações a fim de conduzir o cidadão para resolver os seus problemas. É importante salientar que não objetivamos a resolução individual dos problemas sociais que atingem essa comunidade, muito menos pensamos ser a própria comunidade a responsável pelos problemas de saneamento ou falta de consciência ambiental que a afligem. Ao contrário disso, temos plena consciência de que essa situação é fruto tanto dos anos de descaso do Estado junto às regiões periféricas brasileiras, quanto da desigualdade de distribuição de renda com a qual nosso país convive. E é exatamente no sentido de buscar agregar o conhecimento que nos é dado na academia, com recursos que também provém dessa parcela da população, que pensamos ser importante produzir e aprender a exercer nossa profissão dentro dessa comunidade e para essa comunidade.



Conclusão

Portanto, o Ecolândia é um programa de rádio temático que procura aliar o aprendizado da prática jornalística com o aprendizado acerca de um campo específico do jornalismo: o campo social. A experiência proporcionada pelo desatrelamento da rádio comunitária a qualquer órgão comercial traz uma liberdade de produção que dificilmente os alunos poderiam experimentar durante estágio em uma empresa de comunicação. No sentido do público, o aprender a fazer *civic journalism* oportuniza a ampliação das perspectivas concernentes à metodologia empregada pelos meios de comunicação de massa para tratar de problemas cotidianos da democracia, da justiça social, das comunidades, e do cidadão, os quais acabarão perdendo público se não houver uma mudança no tratamento sensacionalista que geralmente é empregado nesse tipo de pauta.

Faltam projetos e parcerias entre organizações sociais e organizações de mídia, de forma a empresariar e dar sustentabilidade a um mercado jornalístico que, como se procurou aqui demonstrar tem um potencial muito promissor. Falta contribuição do meio acadêmico, não só na pesquisa do assunto, quanto na preparação técnica de profissionais para o mercado.(SILVA, 2001)

José Luiz Silva completa dizendo que existe muita discussão a respeito da pertinência do diploma de jornalismo para o exercício da profissão, enquanto outras questões, tão ou mais importantes, têm tido pouco destaque. Questões de cunho prático como as possibilidades interdisciplinares do jornalismo, nesse caso, a área social e o jornalismo e vice-versa não têm merecido a mesma ênfase. Não estamos querendo tecer um juízo de valor sobre o que é mais ou menos importante, estamos sim tentando propor um novo olhar sobre o jornalismo e sua prática, tentando justificar e promover o papel de transformador social dessa profissão.

Referências bibliográficas

AMARAL, Márcia Franz. *Jornalismo popular*. Contexto: São Paulo, 2006.

BUENO, Wilson. Jornalismo ambiental: explorando além do conceito. In: *Desenvolvimento e meio ambiente*, UFPR, n.15, p. 33-44, jan/jun 2007.



FERRARETTO, Luiz. *Rádio: o veículo, a história e técnica*. Porto Alegre: Sagra/Luzzatto, 2000.

HENRIQUES, Márcio Simeone (org). *Comunicação e estratégias de mobilização social*. Belo Horizonte: Dom Bosco, 2002.

MEDITSCH, Eduardo. *A rádio na era da informação: teoria e técnica do novo jornalismo*. Coimbra: Minerva, 1999.

PERUZZO, Círcia M. K. *Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania*. Petrópolis: Vozes, 1998a.

SILVA, Luiz Martins.- “Imprensa de Cidadania: possibilidades e contradições” – In: Mota, L. *Imprensa e Poder*. Brasília: Ed. UnB, 2002.

_____. *Jornalismo público: o social como valor-notícia*. Texto encaminhado ao GT de Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) 2002, na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, 2002.

TRAQUINA, Nelson. *Estudo do jornalismo no século XX*. São Paulo: Unisinos, 2002.