

Comunicação e Cidadania Em Um Projeto Pernambucano: O Jornalismo Cívico Do Rádio Do Povo.¹

Sheyla de Lima Torres MOREIRA²
Heitor Costa Lima da ROCHA³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

O objetivo deste trabalho é mostrar como o jornalismo cívico desenvolvido pelo Rádio do Povo contribui para a efetivação da cidadania nas comunidades de Pernambuco, a partir da análise do conteúdo produzido pelo projeto. Partimos do conceito de cidadania e o relacionamos com os preceitos do jornalismo cívico, notadamente as definições e a relação com a ideia de relevância trabalhada por Correia (2005). Em seguida, analisamos o conteúdo à luz das características deste tipo de jornalismo, propostas por Lattman-Weltman (2007), e elaboramos conclusões que incluem críticas ao modelo do Rádio do Povo e direcionamentos para o futuro da pesquisa.

Palavras-chave

Cidadania; jornalismo cívico; jornalismo público; rádio do povo.

1. O Conceito De Cidadania

O termo cidadania tem origem latina e etimologicamente é ligado à palavra *civitas*, cujo significado é cidade. Ela exprime um sentido de atuação do indivíduo dentro do ambiente que o cerca e foi utilizada inicialmente durante a Antiguidade Clássica.

A cidadania – definição e atividade prática – evoluiu com o passar dos tempos. Logo, o cidadão de hoje não tem as mesmas características do cidadão de Atenas, na Grécia, ou do cidadão burguês pós Revolução Francesa, quando se criou o lema de “Liberdade, Igualdade e Fraternidade”.

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

² Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: slimatorres@gmail.com.

³ Orientador do trabalho e professor do PPGCOM da UFPE. Email: hclrocha@gmail.com.

Até mesmo os sentidos de cidadania e cidadão neste século XXI são diferentes dos que eram empregados no início do século XX, sobretudo no Brasil, quando os termos boicotavam uma considerável parcela da população composta por mulheres, negros, índios e imigrantes que por aqui chegavam dispostos a comercializar sua mão de obra. "A cidadania tem assumido historicamente várias formas em função dos diferentes contextos culturais. O conceito de cidadania, enquanto direito a ter direitos, tem se prestado a diversas interpretações" (VIEIRA, 2000, p. 22).

Paulatinamente, o conceito de cidadania foi se modificando conforme a sociedade passou a dar espaço a minorias e até mesmo a indivíduos pertencentes a um grupo nem tão minoritário assim, mas que se encontravam no rodapé da pirâmide social. Dar espaço, nesse caso, é uma expressão figurativa, pois essa mudança ocorreu de forma provocada e conquistada não gratuitamente.

(...) como observou Hanna Arendt, os homens não nascem iguais, tornam-se iguais como membros de uma coletividade em virtude de uma decisão conjunta que garante a todos direitos iguais. A igualdade não é um dado, é um construído, elaborado convencionalmente pela ação dos homens, enquanto cidadãos, na comunidade política. (Vieira, 2000, p. 20).

Voltando à questão sobre o conceito de cidadania, na obra de Vieira (2000, p. 20) encontramos mais uma definição:

A cidadania seria composta dos direitos civis e políticos – direitos de primeira geração –, e dos direitos sociais – direitos de segunda geração. Os direitos civis [...] correspondem aos direitos individuais de liberdade, igualdade, propriedade, de ir e vir, direito à vida, segurança, etc. Já os direitos políticos [...] dizem respeito à liberdade de associação e reunião, de organização política e sindical, à participação política e eleitoral, ao sufrágio universal, etc. [...] Os direitos de segunda geração [...] são direitos ao trabalho, saúde, educação, aposentadoria, seguro-desemprego, enfim, a garantia de acesso aos meios de vida e bem-estar social.

Para Pedro Demo (1988, p. 70), cidadania é:

a qualidade social de uma sociedade organizada sob a forma de direitos e deveres majoritariamente reconhecidos. Trata-se de uma das conquistas mais importantes na história. [...] Cidadania pressupõe o estado de direito, que parte, pelo menos na teoria, da igualdade de todos perante a lei e do reconhecimento de que a pessoa humana e a sociedade são detentores inalienáveis de direitos e deveres.

Chauí (2005) trabalha o conceito de cidadania em termos de passividade e atividade. Para a filósofa, a cidadania passiva, que é concedida pelo Estado, é diferente da cidadania ativa porque nesta última o cidadão é, além de portador de direitos e deveres, criador de direitos que abrem novos espaços de participação política. Essa cidadania ativa, de que fala Chauí, pode ocorrer das mais variadas formas e uma delas, a nosso ver, é através dos meios de comunicação de massa.

2. Jornalismo Cívico: Origem e Definições

A preocupação com a cidadania é o principal alicerce construtor do jornalismo cívico – também conhecido como jornalismo público, comunitário ou de proximidade. Para Lattman-Weltman (2007, p. 200), tal categoria de jornalismo pode ser definida como "o padrão de cobertura jornalística que adota como valor supremo para sua prática a promoção do 'capital social' das comunidades onde circula e de onde retira o corpo principal de sua matéria-prima informativa". Outra definição pode ser encontrada em Rosen (2003, p. 181), para quem o jornalismo cívico é sobre novas rotinas, proximidade com os cidadãos e suas verdadeiras preocupações, "ênfase na discussão séria como atividade básica na política democrática e foco nos cidadãos como atores do drama público em vez de espectadores".

O movimento que posteriormente daria origem ao jornalismo cívico surgiu no final da década de 1980, nos Estados Unidos, como uma resposta à cobertura eleitoral da imprensa – do tipo corrida de cavalos (PATTERSON, 1980), com foco nos partidos, candidatos e fontes oficiais. Tal estratégia, adotada por um longo período, causava desinteresse no público a respeito da política, características que puderam ser facilmente observadas nos índices de abstenção eleitoral de 1988. Naquele ano, apenas a metade dos cidadãos aptos a votar de fato saíram de suas casas para registrar o voto, algo que não acontecia desde 1924 (MERRITT, 2009). Em busca de soluções que trouxessem à tona as questões que verdadeiramente preocupavam os cidadãos, no lugar da agenda dos políticos, alguns veículos americanos de mídia, desenvolveram ações de aproximação com as comunidades nas quais estavam inseridos. Esses veículos não eram, no entanto, os de alcance nacional, mas aqueles com circulação menor, restritos à algumas regiões, como Charlotte (Carolina do Norte), Wichita (Kansas) e Columbus (Ohio), para citar os pioneiros.

Na verdade, o que mobiliza o jornalismo de proximidade é uma tentativa de diversificar fontes e problemáticas, constituindo uma alternativa ao tipo de cobertura jornalística levada a cabo, nomeadamente nas campanhas eleitorais, fortemente centrada nas sedes de campanha. Assim, leva-se a efeito o levantamento de temas através de fóruns, sondagens, painéis e entrevistas a fim de conseguir uma maior proximidade com os cidadãos. Na mesma linha, surge o jornalismo público com a sua pretensão de um vínculo mais forte com os cidadãos. Deste modo, a ideia de uma agenda do cidadão seria quase uma revolução copernicana, implicando uma deslocação do ponto de vista da notícia enquanto produto e enquanto consumível para uma visão centrada no cidadão." (CORREIA, 2005, p. 138).

3. Características Do Jornalismo Cívico

Mantendo o foco no novo ponto de vista da notícia e no vínculo estreito com os cidadãos, citado por Correia, Lattman-Weltman enumera quatro características específicas do jornalismo cívico. A primeira delas é denominada “dar voz ao cidadão”, ou seja,

permitir ao público uma participação mais direta e de maior peso na formação das pautas jornalísticas, de modo a garantir uma cobertura mais condizente com suas preocupações imediatas e prioridades, além de permitir a manifestação das próprias visões que o público, ou seus membros, possuiriam da realidade social imediata e seus problemas cotidianos mais urgentes (LATTMAN-WELTMAN, 2007, p. 199-200).

A segunda característica diz respeito à articulação dos cidadãos em direção à defesa dos seus interesses.

Não apenas a veiculação dessas matérias deve, de acordo com o modelo, tornar-se prioritária, mas também caberia ao jornal – nas versões mais ‘fortes’ de ‘jornalismo cívico’ – fomentar iniciativas, como reuniões públicas locais, para o debate dessas questões, organizar pesquisas e votações in loco sobre prioridades da comunidade, etc. (LATTMAN-WELTMAN, 2007, p. 200).

A terceira característica do jornalismo cívico, para o autor, é a mediação do debate entre a sociedade e o Estado. Seria tarefa deste modelo de jornalismo a efetivação do "diálogo equilibrado entre os cidadãos comuns [...] e os representantes das principais instituições [...], responsáveis pelo atendimento dos interesses maiores dos primeiros, ou seja, prestadores de serviços públicos ou privados, mandatários e

autoridades em geral" (LATTMAN-WELTMAN, 2007, p. 200-201). A quarta característica do jornalismo cívico – a cobrança – aparece como uma possível continuação da mediação. Nas palavras de Lattman-Weltman (2007, p. 201),

num desdobramento mais ou menos imediato da mediação produzida pelo veículo, pode se seguir, ou mesmo já se encontrar implícita no primeiro momento, a cobrança das promessas feitas pelo agente ao principal – eventualmente, portanto, através da própria mídia – no cumprimento das demandas do segundo.

4. Jornalismo Cívico e a Ideia De Relevância

Quando desloca o seu foco para o cidadão e seus verdadeiros anseios e necessidades, o jornalismo cívico consegue romper com algumas amarras às quais o jornalismo tradicional está ligado. Correia (2005) destrincha tais amarras em seu trabalho sobre a teoria da comunicação de Alfred Schutz, especificamente quando fala sobre relevância e tipificação. Para o autor, o trabalho dos meios de comunicação é "dar conhecimento público do que se entende ser importante discutir" (CORREIA, 2005, p. 127). Os jornalistas, por sua vez, são os agentes responsáveis por selecionar o que será dado ao conhecimento do público, dentre inúmeras opções. E o fazem com base na ideia de relevância, constituída por diversos fatores-amarras. Abordaremos quatro deles, conforme trabalhados por Correia.

O primeiro é o conceito de valor-notícia, um conjunto de critérios aplicado para determinar se um acontecimento é digno de tornar-se publicável. O segundo é o sistema de tipificações e a própria rotina jornalística, firmemente enraizada com suas regras de tempo e espaço, que muitas vezes determinam o que virá a ser notícia. O terceiro é o constrangimento organizacional, objeto de estudo de Warren Breed (2016), e que atua no sentido de fixar uma lealdade do jornalista para com o seu empregador.

O quarto fator que constitui a ideia de relevância utilizada pelos jornalistas quando da seleção de notícias é "a própria representação que os jornalistas fazem do sistema de relevâncias das audiências para as quais escrevem as suas notícias" (CORREIA, op. cit., p. 129), bem observada no uso de expressões como "isto não vende" ou "ninguém lê isto". Este fator agrupa duas características distintas, que chamaremos de individual e coletiva. A representação que o jornalista faz de algo, nesse caso, é coletiva porque é também construída com base nas interações com as outras

peças que compõem esta categoria profissional, ou seja, com o que acontece na redação do jornal. E é individual porque é da competência do jornalista enquanto indivíduo e acontece de maneira diferente para cada um.

Considerando o jornalista enquanto indivíduo, é importante reconhecer que "é o nosso interesse imediato que motiva todo o nosso pensar, projetar e agir" (CORREIA, 2005, p. 128). Somando-se a essa consideração o fato de que é este indivíduo o responsável pela seleção dos acontecimentos que se tornarão notícias, é urgente considerar a seguinte questão, proposta por João Carlos Correia (2005, p. 128): "até que ponto os jornalistas usam o sistema de relevâncias do seu próprio mundo da vida enquanto comunidade interpretativa para decidirem o que deve merecer dignidade de notícia?".

Se o jornalismo cívico é capaz de romper com as barreiras da tipificação e da relevância, como afirmado anteriormente, como se dá esse rompimento? A resposta está no cidadão e na comunidade. A partir do momento em que o jornalista se volta para o cidadão e dá a ele o poder de definir a pauta, quebram-se, de uma certa maneira e em um determinado nível, as restrições aqui listadas. Os cidadãos comuns não têm rotinas organizacionais, lealdades afirmadas ou critérios estabelecidos para o que deve ser notícia. Eles têm, sim, necessidades urgentes e preocupações reais – e é isso que se torna o definidor da notícia no jornalismo cívico.

5. O Projeto Rádio do Povo

No projeto Rádio do Povo, o cidadão comum é quem define a pauta e escolhe o tema que será abordado no jornalismo do rádio. O projeto existe há 23 anos e é executado pela Rádio Jornal, emissora do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação, sediado na cidade do Recife, capital de Pernambuco.

A iniciativa foi do radialista Ednaldo Santos. Em 1994, Ednaldo atuava na Rádio Tamandaré e teve a ideia de criar o Rádio do Povo ao perceber o grande número de ouvintes que telefonavam para a emissora solicitando a intermediação desta junto aos órgãos públicos, com o objetivo de ajudá-los na resolução de problemas da comunidade. Entre as principais queixas, estava a obstrução de canais, ineficiência do transporte coletivo, buracos no asfalto, entre outros. O projeto, no entanto, vai além da denúncia de

falta de estrutura básica, como narra reportagem especial realizada pelo Jornal do Commercio:

Durante uma semana inteira, uma equipe da rádio ouve a população de um bairro específico do Recife, da Região Metropolitana ou até mesmo de um município mais afastado (como Moreno, Carpina e Vitória de Santo Antão) e cobra providências das autoridades. ‘A Rádio do Povo é um tempero diferente no feijão-com-arroz do rádio’, define o gerente de eventos da Rádio Jornal e criador do projeto, Ednaldo Santos (JC ONLINE, 1998).

Além das denúncias veiculadas no microfone da Rádio Jornal, apuradas e produzidas por um repórter da rádio que visita a comunidade no primeiro dia da semana, o projeto realiza outras ações em parceria com algumas instituições. A Polícia Militar de Pernambuco, o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (SAMU) Metropolitano, a Secretaria Estadual de Saúde, a Universidade de Pernambuco em parceria com o Hospital Universitário Osvaldo Cruz e uma indústria privada realizam palestras sobre temas como segurança, lei seca, combate ao câncer de boca e sustentabilidade. O Instituto Tavares Buril, um dos primeiros parceiros do Rádio do Povo, vai até as comunidades para emitir RGs gratuitamente. Uma nutricionista trabalha o assunto da alimentação saudável e há, ainda, um torneio de futebol de sabão para crianças de 7 a 11 anos. Ao todo, o projeto Rádio do Povo realiza suas atividades em cerca de 18 comunidades por ano, com o seguinte *slogan*: Projeto Rádio do Povo – há 23 anos incentivando a cidadania.

6. O Rádio do Povo e o Jornalismo Cívico

Analisamos, então, o Rádio do Povo com base nas quatro categorias do jornalismo cívico listadas acima: dar voz ao cidadão, articulação em defesa dos seus interesses, mediação do debate e cobrança. Para constituir o *corpus* de análise, utilizaremos a comunidade de Santa Marta, localizada no bairro da Iputinga, zona oeste do Recife – a última a receber ações do projeto no ano de 2017.

Ao todo, foram quatro *flashes* veiculados na Rádio Jornal, cujo tempo total ultrapassou os cinco minutos na programação. No Jornal do Commercio, veículo impresso do sistema do qual a rádio faz parte, foram publicadas quatro notas na coluna Voz do Leitor. A coluna publica denúncias, sugestões e elogios dos leitores do jornal,

enviados por meio de diversos canais de comunicação, entre eles e-mail, telefone e carta. O espaço também é conhecido por receber e publicar as respostas dos órgãos responsáveis às queixas recebidas – ou seja, um espaço de mediação e cobrança.

Figuras 01 a 04 – Denúncias Publicadas na Coluna Voz do Leitor

<p>PSF</p> <p>A população clama por mais médicos e dentistas no posto de saúde do Caiara, unidade que atende a comunidade de Santa Marta, Iputinga.</p> <hr/> <p>● Maria Bernadete, via Rádio do Povo</p>	<p>Longa espera</p> <p>O tempo de espera dos usuários das linhas Monsenhor Fabrício e Barbalho/Detran que moram na comunidade Santa Marta, Iputinga, é muito longo. E a parada que os passageiros esperam os ônibus não tem cobertura ou assentos.</p> <hr/> <p>● Adriana Barbosa, via Rádio do Povo</p>	<p>Frase</p> <p>“</p> <p>Solicitamos um posto de saúde que atenda a comunidade de Santa Marta, Iputinga, e reforço na segurança à noite.”</p> <hr/> <p>● Severina Conceição, via Rádio do Povo</p>
<p>Iputinga</p> <p>A população da comunidade Santa Marta, no bairro da Iputinga, clama por um posto de saúde e por saneamento básico.</p> <hr/> <p>● Denise Borges, via Rádio do Povo</p>		

Em relação à primeira categoria proposta por Lattman-Weltman, dar voz ao cidadão, quatro moradores da comunidade puderam expor suas denúncias e dificuldades: Maria Bernadete, Adriana Barbosa, Severina Conceição e Denise Borges. As queixas foram veiculadas na Rádio Jornal e no Jornal do Commercio.

A segunda categoria proposta pelo autor, articulação em defesa de seus interesses, é visualizada na prática por meio das ações desenvolvidas pela equipe do projeto na comunidade. Durante a semana de 11 a 15 de dezembro de 2017, os moradores de Santa Marta tiveram acesso a confecção de documentos de forma gratuita e cinco palestras com profissionais e órgãos credenciados sobre os seguintes temas: sustentabilidade, alimentação saudável, prevenção de acidentes domésticos, saúde e trânsito seguro e primeiros socorros.

As duas últimas categorias – mediação do debate e cobrança – são retratadas nas publicações das denúncias: quatro flashes na rádio e quatro notas no jornal, que abordaram queixas dos moradores sobre o posto de saúde, a segurança do bairro, a linha de transporte coletivo que atende a comunidade e a falta de saneamento no local.

Tabela 01 – Análise do Projeto Rádio do Povo

Dar voz ao cidadão	Maria Bernadete; Adriana Barbosa; Severina Conceição e Denise Borges.
Articulação em defesa dos seus interesses	Emissão de documentos e palestras sobre os seguintes temas: primeiros socorros, prevenção de acidentes domésticos, saúde e trânsito seguro, alimentação saudável e sustentabilidade.
Mediação do debate e cobrança	Postos de saúde, segurança, saneamento, transporte coletivo.

É importante frisar que tais denúncias provavelmente não seriam publicadas se não fosse por meio de um projeto de jornalismo cívico como o Rádio do Povo. Mesmo nos espaços destinados a dar voz às pessoas, como a coluna Voz do Leitor, ainda são aplicados critérios formais e convencionais de noticiabilidade, como os listados por Traquina (2013), para definir o que de fato será publicado. A não ser no modelo de jornalismo cívico, dificilmente uma mesma comunidade poderia expor vários de seus problemas ao mesmo tempo, contrariando tais critérios.

Existe, no entanto, uma crítica quanto ao papel limitado do Rádio do Povo, em especial no modelo adotado atualmente. Em períodos anteriores, o projeto já ocupou um espaço mais amplo dentro do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação. Em pesquisa realizada em 2009, expusemos que, não só a rádio e o jornal, mas também a emissora de televisão e o portal de notícias na internet participavam mais ativamente do projeto, veiculando matérias com as denúncias da população. No jornal impresso, uma página era dedicada à matéria do Rádio do Povo, publicada sempre aos sábados na editoria de Cidades. Uma vez por semana, o jornal deslocava dois repórteres – um de texto e um fotográfico – para apurar o assunto na comunidade e produzir a matéria. Tais repórteres não só divulgavam a denúncia das pessoas como cobravam e publicavam a resposta dos órgão responsáveis.

As ações além do jornalismo também eram mais amplas. Havia cursos de qualificação profissional em duas modalidades. Os cidadãos tornavam-se pintores ou auxiliares de cozinha industrial e eram encaminhados para busca de colocação profissional.

A questão artística e cultural também era abordada pelo projeto. Quinzenalmente, eram realizadas programações artísticas nas comunidades, com shows de calouros e concursos locais. Essas programações foram extintas.

Conclusões

Resta clara a profunda conexão existente entre o jornalismo cívico e o conceito de cidadania. Após as devidas reflexões teóricas e análises, concluímos que o modelo praticado pelo projeto Rádio do Povo pode ser classificado como jornalismo cívico, uma vez que engloba as principais características já listadas na literatura de tal tipo de jornalismo.

Existem muitas outras iniciativas, igualmente válidas e importantes, tanto no âmbito local quanto no nacional, de veículos de imprensa que buscam abrir espaço para que o cidadão comum possa participar ativamente do processo jornalístico, desde a definição da pauta até a veiculação da notícia. A própria coluna Voz do Leitor, aqui supracitada, é uma delas e há muitas outras, não só no jornalismo impresso mas principalmente no jornalismo de televisão. Cada vez mais a programação abre espaço para os cidadãos, a partir do entendimento de que as pessoas querem fazer parte do fazer jornalístico e não aceitam mais serem apenas consumidoras da notícia.

O que diferencia tais iniciativas do jornalismo cívico aqui estudado é o aprofundamento na comunidade. Ao invés de selecionar, a partir de uma gama de notícias recebidas de diversas comunidades e cidadãos, aquelas que devem ser veiculadas com base em critérios estabelecidos de noticiabilidade, o jornalismo cívico adentra uma determinada comunidade e ali levanta e veicula suas principais questões.

É o que faz o projeto Rádio do Povo, da Rádio Jornal de Pernambuco. Apesar de ser uma iniciativa importante do ponto de vista do fortalecimento da cidadania, a crítica quanto à diminuição do espaço do projeto ao longo do tempo não pode deixar de ser feita. É sabido que, nos últimos anos, a tecnologia causou profundas mudanças no modo como as notícias são consumidas e produzidas, e isso alterou profundamente as rotinas dos jornais impressos. As redações estão cada vez menores e os jornalistas acumulam cada vez mais funções. Diante desse cenário, agravado pela crise econômica que acometeu o Brasil em anos recentes, o investimento financeiro no projeto foi reduzido e isso acarretou em menos espaço jornalístico – traçando um caminho exatamente oposto

ao que apontou Jack Fuller, que já foi editor do jornal americano *Chicago Tribune*: "um jornal que satisfaz seus jornalistas e editores mas não é uma parte vital da vida da comunidade será um fracasso comercial porque já é um fracasso na sua essência"⁴ (ROSEN, 1999, p. 22). O Rádio do Povo deixou de ser semanal e passou a ser quinzenal. O número de comunidades atendidas por ano baixou de 40 para 18.

O jornalismo cívico é um assunto que continua a merecer estudos e pesquisas, dada a sua própria natureza: é um modelo de jornalismo ainda incipiente, não só no Brasil mas no mundo, apesar de seu histórico comprovar o impacto positivo na questão da cidadania. O futuro desta pesquisa aponta para os efeitos que o jornalismo cívico praticado pelo projeto Rádio do Povo gera nas comunidades e nos cidadãos que dele participam. Como afirma Correia (2005, p. 140), "torna-se cada vez mais importante para os pesquisadores sociais compreender a dimensão da recepção de significado, apropriação e aplicação das mensagens dos *media* nos mundos da vida dos espectadores ou ouvintes".

Referências bibliográficas

BREED, Warren. Controle Social Na Redação: Uma Análise Funcional. IN: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. Florianópolis: Insular, 2016.

CHAUÍ, Marilena. **Cultura E Democracia: O Discurso Competente E Outras Falas**. São Paulo : Cortez, 2005.

CORREIA, J. **A Teoria Da Comunicação De Alfred Schutz**. Lisboa : Livros Horizonte, 2005.

DEMO, Pedro. **Participação é Conquista**. São Paulo : Cortez, 1988.

LATTMAN-WELTMAN, Fernando. Cidadania e Audiência No Telejornalismo Comunitário Da Rede Globo. In. GOMES, Ângela de Castro (coord.). **Direitos e Cidadania: Justiça, Poder e Mídia**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

MERRITT, Davis. **Public Journalism And Public Life: Why Telling The News Is Not Enough**. 2. ed. New York: Routledge, 2009. 385 p. Livro digital.

PATTERSON, Thomas E. **The Mass Media Election: How Americans Choose Their President**.

⁴ "A newspaper that pleases its writers and editors but is not a vital part of the community's life will be a commercial failure because it is a rhetorical failure". Tradução nossa.

New York : Praeger, 1980.

PROJETO Rádio do Povo orienta e defende ouvintes. **JC Online**, Pernambuco, 21 jul. 1998. Disponível em: http://www2.uol.com.br/JC/_1998/2507/el2107h.htm. Acesso em 01 mar. 2018.

ROSEN, Jay. Tornar A Vida Pública Mais Pública: Sobre A Responsabilidade Política Dos Intelectuais Dos Media. IN TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mário (Orgs.). **Jornalismo Cívico**. Lisboa : Livros Horizonte, 2003.

_____. **What Are Journalists For?**. Yale University, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias Do Jornalismo**. A Tribo Jornalística – Uma Comunidade Interpretativa Transnacional. V. II. 3. Ed. Rev. Florianópolis : Insular, 2013.

VIEIRA, Listz. **Cidadania e Globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2000.