

# Comunicação e participação: interseção necessária na construção da cidadania

Marili de Souza<sup>1</sup>

## Resumo

O texto trabalha a interseção entre os conceitos de comunicação e participação política e social e mostra como ela acontece nos trabalhos que vêm sendo desenvolvidos pelo projeto de extensão *Comunicação pela cidadania do Uni-BH*. Especialmente, no caso do Grupo Cultural NUC, que atua no Alto Vera Cruz – uma experiência de comunicação que resultou na produção de um jornal mural comunitário que visa difundir as práticas comunitárias da região. A partir de um diagnóstico inicial, o projeto de extensão atua no planejamento de comunicação para mobilização social para entidades e projetos sociais ou culturais, buscando fortalecer os vínculos dessas entidades com seus públicos. A proposta é ajudar na consolidação e consequente institucionalização desses projetos nas comunidades em que operam, seguindo metodologia de comunicação para mobilização social proposta por Henriques (2000). Trata-se de um esforço no sentido de pensar as várias ferramentas da comunicação em busca de legitimidade e apoio para as ações desenvolvidas. Ao dar visibilidade às ações desenvolvidas pelas entidades sociais nas comunidades em que operam, colocando em movimento as várias ferramentas de comunicação, o projeto de extensão *Comunicação pela cidadania* ajuda na mobilização e no aumento da participação, condições fundamentais à consolidação dos projetos em ação nas comunidades.

**Palavras-chave:** comunicação, mobilização social, comunicação comunitária.

## Abstract

The text works the intersection between the communication and policy's concepts and social participation as they show up from the work we are developing as a contribution of the Communication department to the Uni-BH Extension program "Citizenship Project". Our work focus on the NUC cultural group experience at "Alto Vera Cruz" area that resulted in the production of a "community newspaper" to diffuse the community actions for the region. Starting from an initial diagnosis, the extension project did a communication planning for the social mobilization of social and cultural projects, trying to strengthen the ties between these initiatives and theirs publics. The proposal is helping on the consolidation and consequently to institutionalize these projects in the community where they act, following the methodologies of communication for the social mobilization proposed by Henriques (2000). It's an effort to reflect about the tools of communication to legitimate and support the actions developed by these projects. Giving the technical support to these social and cultural projects and making the many tools of communication to work, the contribution of the Communication department to the Uni-BH Extension program "Citizenship Project" helps on the mobilization and on the enlargement of the participation that are fundamental conditions for the consolidation of projects acting in the communities.

**Key-words:** communication, social mobilization, community communication.

---

<sup>1</sup> Marili de Souza é jornalista, mestre em Ciência Política pela UFMG, professora extensionista do curso de Jornalismo do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH).

## I A INTERSEÇÃO

Em tempos de internet e mídia digital, vimos surgir uma miríade de publicações sobre os mais variados temas: blogs, homepages, salas, newsletter, zines, artigos, comentários postados em sites de notícias; enfim, uma variedade de formas de comunicação que revela a necessidade incontida de pessoas ou grupos de expressarem suas opiniões e visões de mundo. É a comunicação interpondo-se nas relações sociais, facilitada hoje pelos meios digitais. Mas falta ainda instituir o lugar da comunicação comunitária, popular, nesse espaço virtual, não que ela precise ser instituída formalmente, como um direito que se outorga. O direito existe, o que ainda está por vir é o livre acesso à tecnologia. Hoje, o custo dos equipamentos ainda é uma barreira que deixa de fora as populações pobres, embora os telecentros e os softwares livres já enfrentem essa realidade, fazendo aumentar a inclusão entre as camadas mais populares. É nesse contexto que nos aproximamos da comunicação popular com o projeto de extensão *Comunicação pela cidadania*: uma proposta de inclusão social através da comunicação que procura desenvolver ferramentas com vistas à mobilização social em torno de projetos e programas sociais. Como observa Cicília M. Krohling Peruzzo, no nível da comunicação, a participação, além de ser desejável e importante, continua sendo de difícil realização em diversas partes de nosso continente, tanto pelas estruturas dos meios como pelas condições socioeconômicas e culturais de grandes contingentes populacionais. “Não obstante, é preciso promover o desenvolvimento de formas mais ousadas de fazê-la presente, de maneira ampliada, nos meios de comunicação” (PERUZZO, 1998:143). Assim, o que propomos no projeto de extensão é ajudar grupos comunitários na produção, planejamento e gestão de veículos e formas de comunicação, para que possam difundir idéias e informações necessárias à legitimação de sua luta cotidiana por melhores condições de vida e demarcar seu lugar no espaço público.

O objetivo principal da *Comunicação pela cidadania* é contribuir para o fortalecimento dos vínculos<sup>2</sup> das entidades comunitárias com seus públicos

---

<sup>2</sup> Vínculos são as ligações que existem entre o projeto e a comunidade e eles podem ser medidos segundo uma tipologia com oito critérios de avaliação, conforme detalhamento na página 5 deste artigo. Para saber mais sobre o

através do planejamento e do desenvolvimento de estratégias de comunicação. A proposta é, a partir da criação e fortalecimento dos vínculos, ajudar na consolidação dos projetos comunitários e na sua conseqüente institucionalização, de forma a atrair, inclusive, a canalização de recursos públicos e privados que possam viabilizá-los. A concepção e produção de estratégias de comunicação há muito se apresentam a essas entidades como formas através das quais conseguirão conquistar um nível de mobilização suficiente para a ação social. Portanto, a demanda que se apresenta hoje é por planejamentos de comunicação que dêem conta da mobilização social, e o que as pessoas precisam para mobilizar-se é, em primeiro lugar, de informação. Existe um ponto de interseção entre a comunicação e a participação popular: a informação é matéria-prima básica para a ação social. É assim que a idéia da comunicação comunitária surge aqui: além de informação, as comunidades precisam sentir-se pertencentes a um mundo comum e isso é possibilitado tanto quando tomam conhecimento do que acontece ao seu redor como, principalmente, quando participam, elas mesmas, da produção e da circulação da informação.

Peruzzo chama a atenção para o fato de que o direito à comunicação inclui a dimensão do acesso ao poder de comunicar. De acordo com a autora, as liberdades de informação e expressão postas em questão na atualidade não dizem respeito apenas ao acesso da pessoa à informação como receptor, nem apenas ao direito de expressar-se por “quaisquer meios”. “Mas, de assegurar o direito de acesso do cidadão e de suas organizações coletivas aos meios de comunicação social na condição de emissores – produtores e difusores – de conteúdos.” (PERUZZO, 2004:57) Mais ainda, a autora nos revela a importância da comunicação para potencializar a participação, preocupação primeira dos líderes comunitários. Segundo Peruzzo, são os meios de comunicação comunitária que mais potencializam a participação direta do cidadão na esfera pública comunicacional no Brasil contemporâneo, porque eles estão mais ao alcance do povo, se comparados com a grande mídia.

---

assunto, ver HENRIQUES, Márcio Simeone (org.) Comunicação e estratégias de mobilização social. Belo Horizonte: Gênese Fundação Educacional e Cultural, 2002.

Primeiro, porque se situam no ambiente em que as pessoas vivem, conhecem a localização e podem se aproximar mais facilmente. Processo que é facilitado quando a comunicação se realiza a partir das organizações das quais o cidadão participa diretamente ou é atingido por suas ações. Segundo, porque se trata de uma comunicação de proximidade. Ela tem como fonte a realidade e os acontecimentos da própria comunidade, além de dirigir-se às pessoas da “comunidade”, o que permite construir identificações culturais. (PERUZZO, 2004, p. 68)

É curioso perceber, nos vários projetos que visitamos na Região Metropolitana de Belo Horizonte, como a variável comunicação se torna fundamental na hora em que eles precisam de legitimidade e de certo grau de consolidação para serem levados adiante. O processo ocorre numa espécie de ciclo: em construção, projetos comunitários dependem do aval da comunidade para se concretizarem. Como defendem interesses coletivos, esse coletivo precisa existir na prática, ou o projeto fracassará. A existência do coletivo depende da percepção do interesse comum (de que forma isso me afeta?), que, por sua vez, depende de um compartilhamento de informações que são, também, essenciais para propiciar o mínimo de participação. Uma vez informada sobre o que se trata, a comunidade passa a perceber a necessidade da existência daquele projeto para o bem coletivo e começa a querer que ele dê certo, que ele se desenvolva para o bem de todos e possa garantir os benefícios que propôs desde o começo. Assim, se um projeto surge na comunidade para resolver, por exemplo, um problema de segurança alimentar, na medida em que ele começa a ser difundido, como problema de alguns, torna-se claro, para aquelas pessoas, que o problema é coletivo, que elas têm, portanto, um problema em comum e que, juntos, podem encontrar soluções, ainda que modestas.

Peruzzo observa que, na medida em que certas necessidades vão aparecendo ou sendo satisfeitas, a apreensão das pessoas daquilo que era considerado como “direito individual” passa para uma compreensão dele como “direito da pessoa humana e de todos os que estão na mesma situação”. Essa passagem do individual para o coletivo e sua provável/desejável marcha na direção da conscientização se dão através de processos comunicativos.

A história dos movimentos sociais populares revela que uma carência, num primeiro momento sentida individualmente – por exemplo, a falta de um serviço de atendimento médico-hospitalar num bairro –, pode vir a contribuir para uma ação conjunta, num processo de transição da consciência-organização-articulação-ação para uma demanda coletiva. (PERUZZO, 1998, p.61)

## II CONSTRUINDO OS VÍNCULOS

Mas isso só é possível na medida em que as pessoas construam vínculos que lhes permitam “enxergar” a existência de um mundo comum. Daí que o primeiro passo é identificar o público e procurar construir determinados vínculos entre os atores sociais e as comunidades envolvidas direta ou indiretamente com o projeto em questão. Estamos convencidos de que a questão da adesão da comunidade ao projeto aparece com um dos principais fatores, para que eles ganhem vida própria e consigam projetar-se primeiro dentro das comunidades nas quais operam para, depois, ganhar visibilidade na sociedade e conquistar opiniões públicas mais amplas.

Para identificar os vínculos que as pessoas têm com o projeto em questão, trabalhamos com uma tipologia com oito critérios de análise utilizados por Henriques (2000): 1) a localização espacial do público dentro do universo de atuação e de influência do projeto; 2) o grau e o tipo de informação que as pessoas têm sobre ele; 3) o julgamento que dele fazem os públicos; 4) a existência de ação pontual, eventual ou permanente que cada um ou grupos desempenham; 5) a coesão do público em torno do projeto; 6) a continuidade das ações, superando ações pontuais ou instantâneas; 7) o sentimento de co-responsabilidade entre os públicos envolvidos e, finalmente, 8) a institucionalização da participação através de convênios, acordos e documentos formais de qualquer espécie.

Sendo os vínculos o conjunto de relações que definem o envolvimento com as causas e com os projetos em si, torna-se pertinente avaliar e problematizar, no diagnóstico da comunicação, como se manifestam essas relações e as suas conseqüências, bem como avaliar prospectiva e estrategicamente o que cada projeto considera desejável

e ideal. A partir dessa compreensão, é possível tecer planos coerentes com as visões políticas e os valores que orientam a iniciativa mobilizadora, sem descartar as decisões estratégicas necessárias ao jogo de forças em que irá atuar. (HENRIQUES, 2000)

Dessa forma, aplicar essa metodologia é pôr em movimento os diversos públicos aos quais determinados projetos de ação social se referem. De acordo com Henriques (2002), a comunicação em projetos de mobilização assume funções específicas, a fim de dinamizar a mobilização e potencializar os movimentos para que eles não se tornem “simples seqüências de ações e reações desarticuladas de pouca representatividade”<sup>3</sup>. Mas, ao contrário, promovam o reconhecimento da existência e importância de cada um e do compartilhamento de sentidos e de valores. Segundo o autor, a vinculação ideal dos públicos aspirada pelos projetos de mobilização está na co-responsabilidade.

### **III UMA COMUNIDADE NO TAQUARIL**

Quando começamos com o projeto de extensão, fizemos um levantamento de vários projetos em execução em Belo Horizonte e nos organizamos em torno de algumas demandas que nos foram apresentadas. A primeira delas foi a do Instituto São Rafael e resultou num projeto de mural em braile para os alunos. Na época, o Instituto passava por um processo de desmantelamento em função da proposta do governo de acabar com as escolas especiais e a mobilização dos públicos, principalmente dos alunos e familiares, foi colocada como fundamental para garantir a sua preservação. O mural foi uma forma de manter os alunos informados do processo e incentivar o debate, trazendo os pais para a discussão em um processo que se complementaria em sala de aula, numa parceria com os professores e funcionários. Depois, também atendendo a uma demanda, produzimos um jornal impresso (Formato Tablóide, 4 páginas) para o Projeto Forma Cor Ação – uma proposta de inclusão social através da arte, da educação e da cultura que atua na região Nordeste de BH,

---

<sup>3</sup> CASTELLS, Manuel. O Poder da identidade. “A Era da Informação: economia, sociedade e cultura”. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p.22 citado por HENRIQUES, Márcio Simeone (org.) Comunicação e Estratégias de Mobilização Social. Belo Horizonte: Gênese, 2002.

com oferta de oficinas e atividades variadas. O jornal ainda está em circulação e cumpre papel considerado fundamental pelos coordenadores do projeto na divulgação e mobilização em torno das oficinas e atividades que oferece. Atualmente, desenvolvemos o jornal mural comunitário *O Morro*, resultado de uma oficina oferecida em parceria com o Grupo Cultural NUC, no bairro Alto Vera Cruz, região do Taquaril. O jornal mural é desenvolvido a muitas mãos pelos participantes da oficina e colocado em circulação na região.

Das três experiências, o NUC talvez seja a mais instigante, por envolver um grupo local muito interessado em práticas comunicacionais. O Grupo Cultural NUC é uma organização não-governamental com sede no bairro, que tem como objetivo incentivar, produzir e difundir arte e cultura, promovendo o acesso ao conhecimento e aos bens culturais. Desde 2003, o Grupo Cultural desenvolve diversas atividades, como oficinas e encontros, visando à formação e ao intercâmbio das experiências, especialmente entre os jovens negros em situação de risco daquela região. São diretrizes do Grupo Cultural NUC a formação cultural, a comunicação e difusão de informações, a difusão cultural e a inclusão digital. Assim, percebemos, rapidamente, que ali não se tratava apenas de produzir e colocar em circulação algum meio de divulgação das ações desenvolvidas. Era preciso incluir a comunidade na feitura mesmo das ferramentas. A idéia de um laboratório de comunicação fazia parte das diretrizes do NUC e nos colocamos dispostos a ajudar na ativação da proposta. Surgiu daí a oficina “Jornal Mural: uma proposta de intervenção comunitária”, planejada e executada no 1º semestre de 2007.

Os primeiros contatos com o Grupo Cultural NUC nos permitiram perceber que o grande gargalo na aproximação da comunidade local está, exatamente, 1º) no desconhecimento das ações realizadas em prol da comunidade e 2º) numa enorme falta de comunicação local, de ferramentas mesmo, que possa colocar a informação em movimento e extrair daí o bônus do interesse e da participação. Assim, partimos para um diagnóstico que nos permitiu, num primeiro momento, constatar as duas questões acima e iniciar um processo de planejamento das ações. A proposta do jornal mural surgiu como opção de ferramenta de comunicação comunitária de baixo custo e que pode ser viabilizada por uma pequena equipe. A oficina foi oferecida a 12 integrantes da

comunidade, num total de 40 horas aulas. Como resultado, nasceu o jornal mural *O Morro*, criado e executado pelos participantes, a muitas mãos.

Já é possível perceber ali, embora ainda de forma incipiente, que a participação popular nos processos de comunicação pode propiciar, assim, um grande avanço nos processos de organização e mobilização comunitária, já que permite, como afirma Peruzzo, a prática da participação direta nos mecanismos de planejamento, produção e gestão. Através dos conteúdos que veicula, a comunicação comunitária leva ao conhecimento da comunidade os seus problemas locais, ajudando-a a tomar parte e a debatê-los. Leva também ao conhecimento sobre os mecanismos de funcionamento do poder e facilita a compreensão das relações sociais. As rádios comunitárias, desde a sua implementação no Brasil a partir de 1995, têm desempenhado importante papel educativo e mobilizador, ao fornecer informações e debater os problemas locais que afetam jovens e adultos. A comunicação comunitária também abre espaço para a cultura popular, para as manifestações dos artistas locais, para a difusão de práticas de segurança alimentar e saúde pública calcadas nas raízes culturais locais. Assim, cria, como afirma Peruzzo, um campo propício para o desenvolvimento da educação para a cidadania.

As relações entre educação e comunicação se explicitam, pois as pessoas envolvidas em tais processos desenvolvem o seu conhecimento e mudam o seu modo de ver e de relacionar com a sociedade e com o próprio sistema dos meios de comunicação de massa. Apropriam-se das técnicas e de instrumentos tecnológicos de comunicação, adquirem uma visão mais crítica, tanto pelas informações que recebem quanto pelo que aprendem através da vivência, da própria prática. (PERUZZO, 2004, p. 71).

Por tudo isso, a comunicação comunitária pode ter papel preponderante na modificação de valores e na transformação social. Pode instituir a participação consciente e politizada, com objetivos claros de intervir no espaço em que operam os projetos comunitários e promover a mudança social. É claro que não é a comunicação comunitária que vai fazer tudo isso sozinha. Como observa Peruzzo, a dinâmica social local é mais ampla e complexa do que se supõe, mas parece não haver dúvidas de que a comunicação funciona como

facilitadora da ação cidadã. “O que mais importa é a conjugação de princípios que favoreçam a autogestão popular, o respeito ao interesse social amplo e a inserção das pessoas como protagonistas da comunicação e organização populares.” (PERUZZO, 2004, p. 74)

Sérgio Costa (1997) também mostra que a participação popular é fundamental no encaminhamento das questões ao sistema político no âmbito das políticas públicas, na medida em que é o aparecimento de certos movimentos que desencadeia ampla discussão de temas até então não entendidos e problematizados como questões de relevância social. “A tematização pública desses problemas, por sua vez, tem provocado, em geral, pronta intervenção política nas esferas demandadas.” (COSTA, 1997, p.188).

#### **IV ALGUMAS CONSIDERAÇÕES**

Nos últimos anos, as transformações na participação social aconteceram, inclusive, com o surgimento de novas estruturas que atuam fora do Estado e dentro da sociedade civil. Peruzzo mostra como essas novas estruturas sociais brotam no vácuo da atuação dos sindicatos, partidos e movimentos mais tradicionais, preenchendo um vazio deixado por eles como canais institucionalizados de participação e abrindo-se à confluência dos interesses da sociedade. São estruturas sociais que nascem de baixo, do seio das comunidades, para atender às expectativas que os canais vigentes não estavam conseguindo sorver, como aquelas relacionadas às necessidades de moradia, de melhorias de acesso a bens de consumo coletivo, às discriminações raciais e sexuais, às condições gerais de vida. Peruzzo aglutina em quatro núcleos essas novas estruturas que as organizações populares constroem: 1) Núcleos de socialização: as pessoas intensificam o debate e a discussão de problemas e organizam-se em grupos de ajuda mútua, de jovens, círculos bíblicos, grupos de mães, de mulheres etc.; 2) Núcleos culturais: são as escolas, os grupos de teatro, clubes e centros implicados na preservação e no desenvolvimento da cultura nas comunidades; 3) Núcleos econômicos: iniciativa popular-comunitária que dá origem a novas formas de organização produtiva como as cooperativas, as associações de produtores e as “feirinhas”

e os 4) Núcleos políticos: onde se exercita a experiência no que diz respeito à gestão de processos reivindicatórios, à organização e à conscientização no nível de bairro ou de município.

A maioria tem nesses núcleos, segundo a autora, a primeira oportunidade de participar num nível que extrapola as relações familiares, de vizinhança ou de amizades:

A “dona-de-casa” sai de suas quatro paredes, começando a ouvir e a falar de problemas do cotidiano, aprendendo técnicas de trabalhos artesanais que ajudam a aumentar a renda familiar, encontrando a possibilidade de se alfabetizar, descobrindo que a falta de uma escola no bairro para seus filhos pode ser superada pela participação em ações coletivas com suas colegas, passando a compreender que a mulher tem direitos iguais aos homens. (PERUZZO, 1998, p.55)

A nossa proposta no projeto de extensão universitária do curso de Jornalismo do Uni-BH – *Comunicação pela Cidadania* – é exatamente a de instrumentalizar esses grupos e instituições, para que sejam capazes, eles mesmos, de levar adiante suas propostas coletivas e, assim, estaremos contribuindo para a mobilização, para a politização e para a construção e desenvolvimento da cidadania. Nessa direção, propomos, primeiro, o planejamento de comunicação que coloque em ação ferramentas e instrumentos comunicacionais específicos, em cada caso, para que sejam capazes, primeiro, de mobilizar as comunidades locais em torno de seus objetivos e metas e, segundo, de divulgá-los em mídias especializadas e na chamada grande imprensa. Com isso, estaremos contribuindo, de um lado, para o fortalecimento e consolidação dos projetos comunitários e, de outro, para a canalização de recursos públicos e privados que possam viabilizá-los, já que a captação desses recursos depende, em grande medida, da institucionalização desses agentes nas comunidades em que operam. Se acreditamos que a participação popular é um elemento fundamental na construção da cidadania, vemos a comunicação como elemento fundamental para ampliar a participação popular e reforçar a sociedade civil para que ela dê conta de seu novo papel nas sociedades contemporâneas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Vivarta, Veet (Coordenação) Agência de Notícias dos Direitos da Infância. **Que País é este?:** pobreza, desigualdades e desenvolvimento humano e social no foco da imprensa brasileira. São Paulo: Cortez, 2003. (Série Mídia e Mobilização Social; v.4)

ANASTASIA, Fátima; MELO, Carlos Ranulfo. **Associativismo Civil e Participação Política na Região Metropolitana de Belo Horizonte** (notas preliminares de pesquisa). Belo Horizonte: DCP/UFMG, 2003.

ARENDT, Hannah. **A Condição Humana** (tradução de Roberto Raposo). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

AVRITZER, Leonardo (Coord.) **Sociedade civil e democratização**. Belo Horizonte: Del Rey, 1994.

\_\_\_\_\_. FILGUEIRAS, Cristina Almeida Cunha. **Sociedade Civil, solidariedade e democracia: uma análise da Ação da Cidadania Contra a Fome e a Miséria e Pela Vida**. Belo Horizonte, UFMG/CNPQ, 1996.

\_\_\_\_\_. **Um Desenho Institucional para o Novo Associativismo**. Lua Nova, São Paulo. n. 39, pp.149-174, 1997.

BENEVIDES, Maria Victoria de Mesquita. **A Cidadania Ativa: referendo, plebiscito e iniciativa popular**. São Paulo: Ática, 1991.

CAMAROTTI, Ilka e SPINK, Peter. **Novos Espaços Públicos e a Ação Local na Redução da Pobreza**. In: Agência de Notícias dos Direitos da Infância – ANDI. São Paulo: Cortez, 2003.

CARDOSO, Ruth. **Sociedade Civil e Meios de Comunicação no Brasil**. In: MELO, José Marques de. Comunicação e Transição Democrática. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1985. p.118-128.

COSTA, Sérgio. **Contextos da Construção do Espaço Público no Brasil**. Novos Estudos CEBRAP. São Paulo. n.47, pp.179-192, mar. 1997.

\_\_\_\_\_. **Esfera Pública, redescoberta da Sociedade Civil e Movimentos Sociais no Brasil: uma abordagem tentativa**. Novos Estudos CEBRAP. São Paulo. n. 38, pp.38-52, mar. 1994.

DAGNINO, Evelina (org.) **Os anos 90: Política e Sociedade no Brasil**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Construção Jornalística e Dizer Social**. In: PORTO, Sérgio Dayrell (org.). O jornal: da forma ao sentido. 2.ed. Brasília: Editora UNB, 2002. (Coleção Comunicação, 2)

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**: investigação quanto a uma categoria da sociedade burguesa. (tradução Flávio R. Kothe) Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

\_\_\_\_\_. **O Espaço Público: 30 anos depois**. Prefácio redigido em 1990, da 17ª edição alemã de “O Espaço Público”. Tradução livre: Felipe Chaniel (Xerox)

\_\_\_\_\_. **Soberania Popular como Procedimento: um conceito normativo de Espaço Público**. (tradução: Márcio Suzuki). São Paulo, Novos Estudos CEBRAP, n.26, pp.100-113, mar. 1990.

HENRIQUES, Márcio Simone (org.). **Comunicação e Estratégias de Mobilização Social**. Belo Horizonte: Gênese Fundação Educacional e Cultural, 2002.

HOHLFELDT, Antônio e BARBOSA, Marialva. **Jornalismo no Século XXI: a Cidadania**. Porto Alegre: Mercado Aberto, 2002.

KEANE, John. **Transformações Estruturais da Esfera Pública**. (tradução: Susana Amaral). Comunicação & Política, São Paulo. v.3, n. 2, pp.6-28, 1995.

PAIVA, Raquel. **O Espírito Comum: Comunidade, Mídia e Globalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

TELLES, Vera da Silva. **Direitos Sociais: afinal do que se trata?** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

THIOLENT, Michel. **Metodologia da pesquisa-ação**. São Paulo: Cortez/Autores Associados, 1992. (Coleção temas básicos de pesquisa-ação)

THOMPSON, John. **A Mídia e a Modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2001.

\_\_\_\_\_. (org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”**. (tradução: Luís Manuel Dionísio) Lisboa: Veja, 1993. (Coleção Comunicação & Linguagens).