

## **O olhar sobre a comunidade através do jornalismo comunitário: estudo de caso do telejornal Diário TV**

Josefa Araújo Silva  
Universidade de Mogi das Cruzes (UMC)

A seguir ao(s) nome(s) dos autor(es), deve incluir-se, como segunda nota de rodapé do trabalho, currículo(s) mínimo(s) acadêmicos do(s) autor(es), em até cinco linhas, cada, incluindo, opcionalmente, os respectivos endereço(s) eletrônico(s).

Josefa Araújo Silva; Bacharel em jornalismo ..., e-mail: [joasilv@estadao.com.br](mailto:joasilv@estadao.com.br); [joaraujo\\_7@hotmail.com](mailto:joaraujo_7@hotmail.com).

### **Resumo:**

O telejornal Diário TV vinculado pela emissora TV Diário faz parte de um projeto da Rede Globo denominado jornalismo comunitário. A hipótese do agenda-setting defende que os meios de comunicação de massa são eficazes na construção da realidade e por si só representam a totalidade da informação.

A proposta deste estudo é verificar os tipos de agenda-setting aplicadas no telejornal Diário TV, assim como entender como ocorre o processo.

### **Resume:**

The TV Diário News, linked to TV Diário, is part of a project started by Rede Globo which is called communitary journalism. The agenda-setting hypotheses states that the mass means of communication are affective when it comes to reality building and would just represent complete information.

What is proposed through this study is to verify types of agenda-settings applied in the TV Diário, as well as understanding how the process occurs.

### **Palavras-chave:**

Diário TV; jornalismo comunitário; agenda-setting; TV Diário; Rede Globo

### **1- Introdução:**

O projeto de pesquisa trata da proposta do telejornal Diário TV da afiliada da Rede Globo a TV Diário que está localizada na cidade de Mogi das Cruzes.

O foco desta pesquisa está centrado em fazer uma revisão bibliográfica sobre o conceito de agenda – setting, com o intuito de verificar a sua aplicação no telejornal Diário TV, por meio do estudo detalhado de sua estrutura.

O telejornal Diário TV faz parte de um projeto da emissora “mãe” a Rede Globo, que tem como objetivo aprofundar a idéia de jornalismo comunitário, que se ocupa das questões que afetam mais diretamente a realidade e o cotidiano da população paulistana.

Foi em março de 1998 que a Rede Globo estreou o “novo” telejornal SPTV 1ª edição. A proposta exigiu mudanças na estrutura do jornal como cenário, novos quadros, abertura de espaço para a participação popular, debates e novos critérios de edição, quebrando o rígido modelo de telejornal da emissora, que ainda hoje caracteriza noticiários como o Jornal Nacional.

A proposta da emissora, busca trabalhar com o jornalismo comunitário, o que sugere um aprofundamento das questões locais, foi uma espécie de laboratório, com mais informalidade e abertura de espaço ao vivo, com a participação da população e autoridades, ou seja, o enfoque que antes era regional passou a ser local.

Inaugurada no dia 1º de maio de 2000, na cidade de Mogi das Cruzes como a 112ª afiliada da Rede Globo, a TV Diário tem como abrangência dez municípios do Alto Tietê: Poá, Itaquaquecetuba, Biritiba Mirim, Santa Isabel, Salesópolis, Arujá, Suzano, Mogi das Cruzes, Guararema e Ferraz de Vasconcelos. A proposta do Diário TV está calcada em mostrar o que é notícia no Alto Tietê, promover uma identificação com a comunidade e prestar serviços.

Desde o início de sua inauguração, a emissora além de transmitir programas da Rede Globo, transmite dois telejornais produzidos com notícias da região. Até o dia 17 de maio de 2004, o Diário TV se chamava SPTV, conforme o diretor de jornalismo da emissora, Dino Rodrigues, a alteração no nome do jornal surgiu em razão da necessidade de identificação regional com a comunidade, ou seja, o público alvo da emissora.

O autor Nathanael Elói dos Santos, descreve essa necessidade de identificação com o público. De acordo com ele, as emissoras regionais precisam se tornar marca, alcançar prestígio junto ao público e ter presença e, é justamente em sua programação que a comunidade exige ser representada como protagonista de sua própria história e cultura.

“A comunidade serve a emissora como a cultura que lhe é particular, os fatos, os acontecimentos que produz e se alimenta dos mesmos, caso a comunidade não se sinta servida, não tenha suas necessidades atendidas pelo veículo local não adotará a emissora” (2001, p. 161).

O autor Rogério Bazi, afirma que as emissoras regionais representam para a Rede Globo uma grande fonte de lucro, pois consegue por meio dos telejornais e programas regionais, manter um vínculo estreito com a comunidade.

“A emissora sabe que é através dessa relação estreita com a comunidade que reside à audiência, refletida em seus programas e também no enunciado”. (Rogério Bazi, 2001, p.34).

Com a cobertura das emissoras regionais foi possível para a Rede Globo focalizar a captação de recursos publicitários, devido ao baixo custo de exibição de um comercial, onde o preço é mais acessível, do que em rede estatal ou nacional, possibilitando ao varejista anunciar na televisão e, o investimento na programação local retorna para a emissora como “credibilidade”, ganhos de audiência e mais participação no mercado publicitário.

Segundo o autor Nathanael Elói, foram dois fatores determinantes que colaboraram para que a Rede Globo fracionasse seu sinal na região do Alto Tietê - o primeiro foi a necessidade de estabelecer presença estratégica numa região bastante povoada e economicamente ativa, já a segunda, foi a deficiência de sinal recebido na região a partir da cabeça-de-rede paulistana.

## **2- Metodologia**

A presente pesquisa foi realizada em duas etapas distintas. A primeira ocorreu no período de agosto de 2004 a janeiro de 2005, que consistiu em realizar a revisão bibliográfica sobre os conceitos de agenda – setting, baseada nos textos “Impor sobre o que falar (A hipótese do Agenda-setting), do autor Clóvis de Barros Filho e “Estudo dos efeitos a longo prazo”, do autor Mário Wolf.

A leitura buscou conhecer os estudos que deram origem ao agenda-setting, aprofundar o tema, além de servir de suporte para a excussão da segunda etapa da pesquisa. A revisão bibliográfica consistiu na leitura minuciosa dos textos. Foram elaborados os resumos e fichamentos, para melhor organização do material pesquisado.

Esta primeira fase da pesquisa foi de extrema importância, pois contribuiu para o aprofundamento do tema e enriquecimento do relatório, além de servir de base para a segunda etapa, que consiste em fazer um estudo aprofundado da estrutura do telejornal Diário TV, por meio dos assuntos abordados no mesmo, e assim apontar como ocorre o agendamento no telejornal..

Esta fase ocorreu no período de 28 de março a 01 de abril, onde foram gravadas as edições do telejornal. Após as gravações, foi feita a decupagem do material, ou seja, o mapeamento do conteúdo do telejornal. Para o estudo da estrutura foi levando em consideração as cidades que destacados no telejornal, para então ser verificado o tipo de agenda que apareceram no período analisado.

### **3- Descrição da pesquisa:**

#### **3.1 - A comunicação comunitária:**

Muitos autores têm refletido sobre o desenvolvimento da comunicação popular no Brasil. Uma intensificação da pesquisa sobre esta área pode ser verificada a partir dos anos 1960 e no início dos anos 1970, onde a sociedade passava por todo um processo de mudanças constituídas no seu interior. De acordo com a pesquisadora Cecília Peruzzo, “A comunicação popular é o momento da história em que o processo de antítese do status quo aparece com nitidez e é nesta etapa que nota-se uma forte identificação popular”. (Peruzzo, 1998, p.28).

A comunicação comunitária está vinculada à prática de movimentos de processos coletivos, ainda segundo Peruzzo:

“Retrata momentos de processo de contra comunicação na sociedade civil em suas formas democratizadas de produzir comunicação (...) ela se desenvolve ligada à luta do povo, articulada e no novo bojo da educação popular liderada e de lutas sociais contra a degradação das condições de existência e pela defesa da vida” (1998 p 36).

É dentro da comunidade que são organizadas as dinâmicas, ou sentimentos que permeiam as ações dos indivíduos, é a participação popular no processo de produção, planejamento e gestação da comunicação comunitária, que contribuiu para o avanço na qualidade participativa. O desenvolvimento deste tipo de comunicação forçada pela intensa mobilização social, como enfrentamento de problemas como desemprego a violência e a transição política tecnológica.

Ainda segundo Peruzzo, a comunicação comunitária é portadora de um conteúdo crítico da realidade e reivindicações para a construção de uma sociedade justa como produto de uma situação concreta onde, nos últimos anos, essa comunicação foi formada por denúncias sobre as condições reais de vida e crítica às estruturas de poder geradoras das desigualdades, organizações e reivindicações de acesso de bens de consumo.

### 3.2- A hipótese do agenda - setting

A hipótese do agenda-Setting é tipo de efeito social da mídia que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que o público falará e discutirá. Muitos autores destacam que o agenda-setting é a corrente de investigação que estuda sobre o quê e como os assuntos devem ser pensados.

De acordo com o autor Mário Wolf, o público sobe ou ignora, presta atenção ou discursa, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos, este fato se dá em consequência da ação dos jornais da televisão e de outros meios de comunicação, tendo então as pessoas a tendência para incluir ou excluir dos seus conhecimentos aquilo que os meios massivos – mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo, assim como a importância que lhes é atribuída.

“A hipótese do agenda – setting não defende que os mass media pretendam persuadir (...) os mass media, descrevendo e pesquisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre que é necessário ter uma opinião a discutir. O pressuposto fundamental do agenda-setting é a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social que lhes é fornecida, por empréstimo, pelos mass media<sup>2</sup>” (Shaw, apud Wolf, 1979, p.96).

O estudo dos feitos dos meios de comunicação é de fundamental importância para a sociedade, particularmente do agenda-setting, uma vez que se compreende como estes meios trabalham na formação de opinião pública. É inegável a influência dos meios de comunicação no cotidiano das pessoas, visto que temos uma infinidade de informações que são lançadas por eles todos os momentos. A pauta das conversas interpessoais é seguida pelos jornais, televisão, rádio e internet, que propiciam aos telespectadores a hierarquia dos assuntos que devem ser pensados e falados. A realidade passa a ser representada por um cenário formado pelos meios de comunicação.

Para Wolf a hipótese de agenda – setting defende que os mass media são eficazes na construção e da imagem da realidade que o sujeito vem estruturando no seu cotidiano.

“Essa imagem que é simplesmente uma metáfora que representa a totalidade de informação sobre o mundo que cada indivíduo tratou, organizou e acumulou, pode ser pensada como um standart, uma relação ao quais novas informações são confrontadas para lhe conferir o seu significado”. ( Wolf, 1999, p.153).

O autor Clóvis de Barros Filho também destaca o poder dos mass media.

“As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese da agenda- setting (...) é o tipo de efeito social da mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá”. (Barros Filho, 1995, p. 169).

Segundo o autor, é através desse menu seletivo que fica estabelecido à realidade e o “acontecido” que, impede que os outros temas sejam conhecidos, e portanto, condenando o público à existência social.

“Fixar a agenda, é fixar o calendário dos acontecimentos, é dizer o que é importante e o que não é, é chamar a atenção sobre um certo problema e destacar um assunto que se trate de uma piada, é criar o clima no qual será recebida a informação. É fixar não só o que vai ser discutido, mas como e por quem”. ( Barros Filho, 1995, p.173).

### **3.3 - Origem do agenda-setting**

A origem do agenda-setting é americana, o primeiro estudo foi desenvolvido pelos pesquisadores Maxwell MacCombs e Donald Shaw em 1972, embora a sua essência tenha sido indicada em 1922 por Walter Lippmann em sua obra clássica *Public Opinion*.

Surge em 1970 a investigação da hipótese do agenda-setting. Essa linha de pesquisa propõe uma nova etapa de investigação sobre os efeitos de comunicação de massa.

Os pesquisadores Maxwell MacCombs e Donald Shaw, pioneiros na apresentação da hipótese do agenda-setting, ao tratar deste tema, confirmaram que a mídia tem a capacidade de influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública, estabelecendo um pseudo- ambiente de comunicação.

Foi em 1979, que Shaw relatou a hipótese do agenda-setting, concluindo que a mesma dá em consequência da ação dos meios de informação, onde realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos.

“As pessoas têm a tendência para incluir ou excluir de seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem do seu próprio conteúdo. Além disso o público tende a atribuir aquilo que esse conteúdo inclui acontecimentos que reflete de perto a ênfase atribuída pelos mass media aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas”. (Shaw, apud Wolf, 2001, p. 114).

### **3.4 - Tipos de estudos e tipos de agenda-setting**

Os estudos de Charlotte (1977), MacCombs e Shaw estabeleceram a tipologia de estudos sobre o agenda-setting que recebeu o nome de “Tipologia de Acapulco”, essa tipologia teve dois diferenciais: o número de temas analisados e o número de pessoas perguntadas.

De acordo com o autor Barros Filho, esses dois referenciais combinados dois a dois, fazem quatro tipos de estudo que são: a) o primeiro, que envolve vários temas com uma população de mais de um indivíduo (Chapel Hill e Charlotte); b) o segundo, que envolve vários temas, mas estudados em função da agenda de um só indivíduo; c) o terceiro que se elege um tema específico e se analisa seu posicionamento de agenda de um grupo e d) o quarto tipo em que um só tema é classificado na agenda de um só indivíduo.

Em relação aos tipos de agenda, também se tem uma classificação. Conforme Barros Filho existem cinco tipos que são: “a) individual, ou interpessoal, que corresponde às preocupações sobre as questões publicadas que cada indivíduo interioriza; b) a agenda intrapessoal, são temas mencionados nas relações interpessoais por cada sujeito e discutido nas relações; c) agenda da mídia, é o elenco temático selecionado pelos meios de comunicação; d) agenda pública, que é o conjunto de temas que a sociedade como um todo estabelece como relevante e lhes dá atenção e por fim e) agenda institucional, são as prioridades temáticas de uma instituição”. (Barros Filha, 2001, p.179).

Outras questões no processo de agendamento dizem respeito às pessoas. A agenda da mídia tem maior efeito nas pessoas que participam de conversas sobre questões levadas pelos meios de comunicação social do que nas pessoas que não participam desse tipo de conversa.

## **4 -Análise dos resultados:**

### **4.1 - Estudo da estrutura do telejornal Diário TV:**

Entre os dias 28 de março e 01 de abril de 2005, o telejornal Diário TV apresentou reportagens que abordaram: assassinatos, roubos, oportunidades de emprego, transporte coletivo, saúde, problemas mais comuns com a periferia, como a má conservação ou abandono das ruas, destacando o cotidiano da comunidade.

A 1ª Edição do Diário TV, vai ao ar a partir das 11h45, com duração de aproximadamente 35 minutos, estes divididos em quatro blocos. Os assuntos tratados no telejornal são informações avaliadas como de “interesse público” pela emissora. As pautas – agenda de assuntos a serem cobertos pelo noticiário-, privilegiam temas mais relacionados ao telespectador e a prestação de serviços.

Entretanto notou-se que, no período analisado, a maioria das reportagens são produzidas na cidade de Mogi das Cruzes, ocupando até 57% do espaço no telejornal, enquanto outras cidades ocuparam um espaço muito inferior como: Suzano, com 17,78%, Itaquaquecetuba com 6%, Ferraz de Vasconcelos, Arujá, Guararema e Biritiba Mirim ambas com 2,22%. Já outras cidades como Salesópolis, Santa Isabel e Poá que também fazem parte da área de cobertura da emissora não apareceram no período analisado.

Além do telejornal ter utilizado reportagens que foram exibidas pela emissora de São Paulo, que ocuparam um espaço de 6%, usou também material de outras afiliadas do Estado. Essa diferença percentual entre as cidades, mostra que Mogi das Cruzes teve mais tempo na estrutura do telejornal no período analisado, que no total apresentou 45 reportagens.

Outra característica presente no Diário TV é buscar assuntos de difusão nacional e focá-los e repercutir sempre com personagens e cenários de Mogi das Cruzes, como por exemplo, o mal de Chagas.

Existe também um grande espaço para o desfecho de assuntos do cotidiano dos telespectadores, que chegam até a ocupar um bloco do telejornal. Um exemplo disso, foi o Domingo de Páscoa, tratado em diferentes enfoques como: o significado da data, a sua comemoração em orfanatos e asilos e a presença das crianças nas igrejas no Domingo de Páscoa.

Nesta pesquisa, foi possível compreender as alterações e o poder do agenda-setting no público em momentos diferentes e, que a cobertura midiática antecede os temas em relações interpessoais (que corresponde aquilo que o indivíduo considera ser os temas mais importantes).

Os autores Clóvis de Barros Filho e Mário Wolf evidenciam a agenda-setting como um tipo de efeito social da mídia, que compreende a seleção, disposição e incidência de notícias sobre os temas que o público falará e discutirá e, que são relevantes no dia-a-dia.

Os meios de comunicação de massa vem ganhando cada vez mais importância em nossas vidas e acabam participando da construção de nossa subjetividade e o conteúdo das mensagens transmitidas pela mídia ganham tal credibilidade que passam, não só a formar a opinião do público, como também a definir e consolidar valores.

No Diário TV não é diferente, o agendamento ocorre primeiramente com a produção da pauta, ou seja, a seleção dos temas que serão tratados no telejornal, onde é feita uma lista dos acontecimentos, que são considerados mais importantes e podem ser mostrados e discutidos pelos telespectadores.

Ao ser feita a pauta, o Diário TV está formando um menu seletivo, onde prevalecerá o que será mostrado no jornal e, passará a ser a realidade e o mais importante entre os acontecimentos para o telespectador público da em TV Diário. Desta forma, impedindo que acontecimentos de outras cidades que fazem parte da área de cobertura da emissora não se tornem conhecidos pelos telespectadores. Chamando assim a atenção para determinados assuntos. Esse processo de agendamento vai de encontro com o que dizem os autores analisados.

“Essa imagem é simplesmente uma metáfora que representa a totalidade de informação sobre o mundo que cada indivíduo tratou, organizou e acumulou, pode ser pensada como uma standart uma relação ao qual novas informações são confrontadas para lhe conferir o seu significado”. (Wolf, 1999, p.153).

“As pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula. É o que sustenta a hipótese da agenda- setting (...) é o tipo de efeito social da mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá”. (Barros Filho, 1995, p. 169).

Podemos considerar que o agendamento dos assuntos veiculados pelo Diário TV estão mais direcionados a incidência de notícias relacionadas à polícia, como assassinatos, roubos, segurança. Mostra também oportunidades de emprego na região, saúde e principalmente assuntos, que enfocam a população no seu dia-a-dia.

O processo de agendamento no Diário TV pode ser descrito como individual ou intrapessoal, pois existe a preocupação em abordar assuntos que envolvem questões públicas, que os indivíduos interiorizam. Ao mesmo tempo em que utiliza a agenda interpessoal, levando ao alcance do telespectador temas que são percebidos pelos sujeitos e podem ser discutidos em suas relações. Outra agenda utilizada no telejornal é a agenda da mídia, onde são mostrados assuntos que estão sendo abordados na mídia em geral.

## **5 - Considerações finais:**

É de extrema importância o estudo dos efeitos dos meios de comunicação, pois é possível compreender como estes meios trabalham na formação da opinião pública. E após este estudo, é inegável a influência desses meios de notícias veiculadas no jornal, no rádio, televisão ou internet sobre os telespectadores.

Em todos os momentos são atribuídos assuntos que devem ser pensados e falados, ou seja, o receptor é obrigado a viver num cenário “formatado” pelos meios de comunicação.

A hipótese do agenda-setting defende que os meios de comunicação de massa são eficazes na construção da realidade e, por si só representam uma totalidade de informação sobre o mundo de cada indivíduo. Sendo assim, acaba agendando seus assuntos e conversas em função do que a mídia veicula, como cita o autor Clóvis de Barros Filho.

“A mídia, pela seleção, disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá”. (Barros Filho, 1995, p.169).

Por meio dos autores estudados, foi possível refletir e questionar a proposta do telejornal Diário TV, que na prática busca mostrar o que é notícia no Alto Tietê, e ainda obter uma identificação com a comunidade e prestar serviços.

Vimos portanto, que ocorre um agendamento principalmente de assuntos mais ligados à polícia, cotidiano, saúde e emprego, estes relacionados mais as cidades de Mogi das Cruzes, Suzano, Itaquaquecetuba e São Paulo. Também evidencia um tratamento do tipo “intermediador” com os políticos e o poder público e, tenta mostrar a comunidade como protagonista de sua própria realidade.

A mídia, em particular a televisão, e neste estudo o Diário TV, devido o seu grande alcance sobre o telespectador do Alto Tietê, oferece uma vasta quantidade de temas ou assuntos sobre os quais o receptor deverá se informar, preocupar-se e priorizar em suas conversas da mesma maneira como ocorre com os outros receptores das emissoras nacionais.

Podemos fazer uma ligação da hipótese da teoria de agenda-setting com a seleção de incidência, a disposição e edição das notícias veiculadas pelo Diário TV, o qual estaria definindo os assuntos “as notícias do dia” sobre os quais o telespectador se preocupará e discutirá.

Sendo assim, esse telejornal impede que outros temas (e suas respectivas outras versões) sejam conhecidos e, assim, comentados. Desta maneira, o conhecimento pelos telespectadores de outros assuntos e outras versões de fato faz com que estes sejam condenados à existência social, reforçando a máxima de que só se torna notícia aquilo que passa pela tela da TV, ou seja, as pessoas passam a incorporar como delas as versões de mundo que a realidade lhes foram incumbidas pela televisão.

## **6 -Bibliografia**

BAZI, Rogério Eduardo Rodrigues. **TV Regional: Trajetória e Perspectivas**. São Paulo: Editora Alínea, 2001.

BOTÃO, Paulo Roberto. **Mídias Comunitárias: Novas Tecnologias e a Emergência do Local**. XXV Congresso Anual em Ciências da Comunicação. Salvador, 2002.

FESTA, Regina. **Movimentos sociais: Comunicação popular e Alternativa**. Em FESTA, Regina, SILVA, Carlos E. L. da. Comunicação popular e alternativa. 3ª Edição 1996.

FECHINE DE BRITO, Yvana Carla. Estratégias de Personalização dos apresentadores do SPTV: uma aproximação semiótica do problema. 1999.

FILHO, Clóvis de Barros. **Ética na comunicação: da informação ao receptor**. São Paulo. Editora Moderna, 1995.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do Trabalho Científico**. São Paulo: Editora Cortez, 21ª Ed. Revista Ampliada. 2000.

FLAUSINO, Cristina Valéria. Uma Proposta Comunitária: A Rede Globo pode ter uma?. Em: XXV Congresso Anual de Ciência da Comunicação. Salvador. 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas S.A, 1999.  
\_\_\_\_\_. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas S.A, 3ª Edição 1996.

GUZZONI, Juliane. A comunidade na tv: uma análise sobre a regionalização da notícia e o processo de participação popular. Em: XXIX Congresso Brasileiro de Comunicação. Campo Grande Mato Grosso do Sul. 2001.

JAGENESKI, Cristiane de Souza. Do global ao local: telespectadores mogianos assistem ao telejornal da TV Diário por se identificarem com o que vêem na tv. Em: XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação. Campo Grande. Mato Grosso do Sul. 2001.

MARCONDES Filho, Ciro. Jornal Comunitário e Mobilização Popular. Em: **Quem Manipula Quem**. Petrópolis: Vozes, 1986.

PARRA Filho, Domingos e Santos, João de Almeida. **Apresentação de trabalhos científicos**. São Paulo: Editora Futura, 5ª Edição, 2000.

PERUZZO, Cecília Maria Krohling. Comunicação nos Movimentos Populares – a comunicação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes. 1998.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Popular e Seus Aspectos Teóricos**. In: PERUZZO, Cecília Maria Krohling (org). Comunicação e Culturas Populares. Intercom, no 5, 1995.

\_\_\_\_\_. **Pistas para o Estudo e a Prática da Comunicação Comunitária Perspectiva**. In:

PERUZZO, Cecília Maria Krohling (org). Comunicação e Culturas Populares. Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), no 5, 1995.

PIERSON, Donald. **Teoria e Pesquisas em Sociologia**. São Paulo: Melhoramentos, 7ª edição, 1962.

SANTOS, Nathanael Elói B. Televisão: O Desafio da Regionalização. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2001.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Editora Presença. Lisboa, 1999.

VIEIRA JUNIOR, Antonio. SPTV é jornalismo Comunitário. In. LOPES; Dirceu Fernandes;

COELHO SOBRINHOS, José Luiz (orgs). **Edição em Jornalismo Eletrônico**. São Paulo: EDICON, 2000.

### Sites pesquisados:

TAVARES, Alaine, Jornalismo comunitário O que é afinal?.Disponível em:<http://www.igutenberg.org/elaine.html>, 28/03/2003

CAMPOS, Pedro Celso, Jornalismo comunitário, cidadania e cultura. Disponível em:<http://www.planeta.terra.com.br/educacao/pedrocampos/comoprojetarjornalismocom>, 3/06/2003

ITALIANAI, Tadeu Eduardo. Televisão regional: onde o povo se vê Disponível em: <http://www.theway.com.br/focateen/materia3.asp> 17/02/2003

História do telejornal SPTV. Disponível em: <http://www.redeglobo.com/sptv> , 22/02/2003

Ficha técnica da equipe do telejornal SPTV. Disponível em: [sptv://www.redeglobo.globo.com/sptv/ficahatecnica.html](http://www.redeglobo.globo.com/sptv/ficahatecnica.html), 05/03/2003.

---

1.Inserir as notas do texto [inclusive as do título e do(s) autor(es)] em fonte (tipo) Times New Roman (não usar sublinhado e usar itálico só para grafia de palavras estrangeiras), em corpo 9 (nove), com espaçamento simples entre as linhas. As notas devem ser colocadas no pé de página, em modo de impressão (devem ficar visíveis na página).

### Referências bibliográficas

**Inserir aqui as referências bibliográficas em fonte Times New Roman, em corpo 11 (onze), com espaçamento simples entre as linhas. As referências bibliográficas, no fim do trabalho, devem ter os dados completos e seguir as normas da ABNT para trabalhos científicos. Cada referência deve ocupar um parágrafo e devem estar separados por dois espaços simples.**