

## **A dimensão cidadã nas ações extensionistas do Programa Agência de Jornalismo da UEPG: produção jornalística e interação com a sociedade<sup>1</sup>**

Angélica SZEREMETA<sup>1</sup>  
Karina Janz WOITOWICZ<sup>2</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa, PR

**Resumo:** O presente artigo busca apresentar as perspectivas de diálogo e interação com a sociedade civil nas práticas jornalísticas desenvolvidas pelo Programa de Extensão Agência de Jornalismo, mantido há mais de dez anos na Universidade de Ponta Grossa. O programa foi criado em 2003 e possui como principal finalidade apoiar e desenvolver ações de mídia, com ênfase em movimentos e entidades sociais sem fins lucrativos de Ponta Grossa e Região. Para tanto, realiza serviços e produtos jornalísticos voltados às necessidades de informação da comunidade local, buscando desenvolver uma prática jornalística comprometida com os interesses sociais. Busca, ainda, oportunizar aos acadêmicos envolvidos a prática jornalística em diferentes áreas, de modo a contribuir com o processo de formação profissional e cidadã em Jornalismo.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Agência de Jornalismo; mídia cidadã; extensão universitária.

### **Considerações Iniciais**

Uma formação de qualidade, em um curso de Jornalismo, não pode abrir mão do equilíbrio entre a formação humanística e as competências técnicas ou, em outros termos, do diálogo entre a teoria e a prática profissional. Neste sentido, além das atividades regulares de ensino, que foram sendo delineadas a partir da trajetória do jornalismo como profissão, é imprescindível fomentar a produção extensionista e a pesquisa na área, de forma integrada.

Além disso, considerando o compromisso social da Universidade, promover o exercício da cidadania como prática inerente ao fazer jornalístico constitui um modo de qualificar a formação profissional e garantir o diálogo com setores da sociedade excluídos da esfera da mídia.

É com base nestes princípios que, em 2003, foi criado no Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa a Agência de Jornalismo, projeto extensionista que desde o início de sua existência buscou integrar a produção jornalística às práticas de cidadania junto à comunidade local.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática (DT 7) Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> O projeto “Agência de Jornalismo” foi elaborado em agosto de 2003 pela professora Patrícia Moreli Teixeira Laaberg, com a participação dos professores Karina Janz Woitowicz e Marcelo Bronosky. Inicialmente, a

Para compreender melhor o funcionamento do projeto (que atualmente, funciona como programa de extensão, dando sustentação a um conjunto de ações) é preciso, primeiramente, contextualizar o seu surgimento. A preocupação principal da iniciativa era possibilitar que os acadêmicos do curso de Jornalismo pudessem participar de atividades práticas do campo jornalístico e estreitar o contato entre a instituição pública de ensino e a comunidade de Ponta Grossa e região dos Campos Gerais. O diferencial dessa respectiva iniciativa era seu caráter gratuito e disponível a toda comunidade, como consta no Regulamento da Agência de Jornalismo (2003):

A proposta se destaca pelo caráter de prestação de serviços, sem qualquer remuneração. Os solicitantes, preferencialmente entidades sem fins lucrativos, ficam responsáveis unicamente pelo material de consumo, enquanto entidades que dispõem de recursos financeiros oferecem, além dos custos básicos para o desenvolvimento do material, algum tipo de equipamento para uso no curso de Jornalismo, em forma de doação.<sup>3</sup>

Dessa forma, a Agência de Jornalismo oferece produções em diversos formatos e suportes a grupos e entidades (sem fins lucrativos, partidários e comerciais), com a finalidade de propiciar maior visibilidade a temas sociais que necessitam de debate, além de auxiliar na projeção destes grupos. O programa se propõe, portanto, a realizar serviços e produtos jornalísticos voltados às necessidades de informação da comunidade local e setores da sociedade civil, buscando desenvolver uma prática jornalística comprometida com os interesses sociais.

Atualmente, integram a Agência de Jornalismo cinco professores, entre eles o coordenador do Programa, Sérgio Gadini, e cerca de dez estudantes (bolsistas e voluntários), que são supervisionados pelos professores responsáveis em suas respectivas atividades.

A Agência de Jornalismo está estruturada em três núcleos de atuação (Núcleo de Produção Jornalística, Núcleo de Produção Audiovisual e Núcleo de Divulgação Científica), que concentram as principais atividades realizadas por meio do projeto, conforme consta no Regulamento da Agência de Jornalismo, reformulado em 2012:

### **1. Núcleo de Produção Jornalística**

---

estrutura interna do projeto estava dividida em: Departamento de Jornalismo Impresso; Departamento de Jornalismo Eletrônico (TV, rádio e on-line) e Departamento de Assessoria de Imprensa.

<sup>3</sup> Disponível em: <http://www.uepg.br/agenciadejornalismo/index2.htm>

Atribuições: Compete ao Núcleo a prestação de serviços na área da comunicação, em parceria com setores da sociedade civil, contemplando as seguintes ações: produção de jornais, revistas e boletins informativos; sites e blogs para eventos e entidades; divulgação e cobertura de eventos internos e externos; demais produções jornalísticas em diferentes suportes de mídia. Compete ainda ao Núcleo de Produção Jornalística a divulgação das atividades do curso de Jornalismo da UEPG e demais setores interessados, incluindo produção de folderes, cartazes, releases, entre outros serviços.

### **2. Núcleo de Produção Audiovisual**

Atribuições: O Núcleo é responsável pela produção de vídeos institucionais, documentários, vinhetas e apoio a projetos de produção audiovisual, a partir da demanda de setores da sociedade civil. Compete ainda ao Núcleo de Produção Audiovisual o apoio a projetos do curso de Jornalismo voltados à produção televisiva, em parceria com a TV Comunitária de Ponta Grossa (TVCOM-PG) e demais veículos locais/regionais, preferencialmente de caráter educativo e comunitário.

### **3. Núcleo de Divulgação Científica**

Atribuições: Compete ao Núcleo o fomento a produções voltadas à difusão acadêmico-científica na UEPG e em demais instituições e centros de pesquisa. O Núcleo concentra-se principalmente na edição semestral da Revista Internacional de Folkcomunicação (on-line) e na produção de anais de eventos científicos.

As atividades da Agência de Jornalismo da UEPG envolvem alunos(as) e professores(as) do curso distribuídos nos três Núcleos de atuação (Núcleo de Produção Jornalística, Núcleo de Produção Audiovisual e Núcleo de Divulgação Científica), que desenvolvem produtos e serviços em parceria com setores da sociedade.

Conforme consta no Regulamento da Agência de Jornalismo, para firmar parceria, o solicitante (preferencialmente entidades sociais, organizações não-governamentais, movimentos sociais, etc) encaminha ao Programa um formulário de requerimento de prestação de serviço, apresentando informações referentes ao tipo de trabalho solicitado (suporte e características) e ao período de realização.

A equipe avalia a solicitação e, no caso de firmar parceria, apresenta cronograma de trabalho. O curso de Jornalismo disponibiliza (gratuitamente) a estrutura laboratorial e os equipamentos necessários para a execução da proposta, assim como os recursos humanos envolvidos. A entidade solicitante fica responsável pelos custos de material de consumo e, quando necessário, pela busca de patrocínio para viabilizar a produção e circulação dos materiais.

Se o solicitante dispuser de recursos para realização das atividades, será apresentada, pela equipe do projeto, proposta de contrapartida à Agência de Jornalismo, em forma de equipamentos e materiais de consumo. Após realização do trabalho, o solicitante se

compromete a realizar uma avaliação sobre a prestação de serviço, para registro do projeto Agência de Jornalismo.

Com base nesta experiência de atuação jornalística por meio da extensão universitária, pretende-se neste artigo apresentar um levantamento das ações desenvolvidas pela Agência de Jornalismo ao longo de sua trajetória, articulado com reflexões sobre a dimensão cidadã do jornalismo na sociedade contemporânea, de modo a oferecer uma contribuição ao debate sobre a formação profissional na área da Comunicação.

### **Comunicação, Cidadania e Participação**

A partir da perspectiva de produção jornalística vinculada ao princípio de inclusão dos grupos sociais, entende-se que a defesa do direito de comunicar como parte das lutas pela cidadania constitui atualmente o ponto de partida para reflexões e práticas que envolvem a formação profissional. Este aspecto pode ser confirmado na preocupação com o desenvolvimento de políticas democráticas de comunicação, que não apenas garantam o acesso a uma informação plural, mas também oportunizem a produção de conteúdos, conforme enunciado na Carta de São Bernardo do Campo, resultante do Seminário WACC/UNESCO/Metodista de Mídia Cidadã realizado em 2005. De acordo com Gobbi (2006, p. 243-244),

Reafirmamos que o princípio da comunicação como direito humano fundamental pressupõe não somente o acesso, mas a construção de conteúdos, a apropriação da tecnologia e a multiplicação da diversidade cultural e da socialização do conhecimento, contemplando políticas públicas de proteção dos conteúdos locais/regionais/nacionais e das indústrias criativas.

Os debates e lutas em torno da democratização da comunicação repercutem diretamente no fortalecimento das pesquisas em comunicação cidadã, comunitária e popular, revelando uma aproximação entre as demandas sociais da área e a reflexão acadêmica. Desse modo, as formas de mídia cidadã, ao apresentarem um outro modo de fazer comunicação, tiveram reflexos nos currículos dos cursos de comunicação e despertaram o interesse de pesquisadores, que começam a se ocupar do estudo e da prática dos processos e fenômenos relativos à comunicação popular, comunitária e alternativa. É neste contexto, que articula as exigências de formação profissional com as demandas da sociedade civil, que interessa discutir a experiência da Agência de Jornalismo da UEPG na

promoção de práticas de mídia cidadã, em diálogo com o papel do jornalismo na sociedade contemporânea.

Conforme observa Gerson Martins (2008, p. 330)

Se a universidade é uma síntese ou um conjunto que reúne ensino, pesquisa e extensão, no caso dos cursos de Jornalismo esta tríade deve ser, mais do que em qualquer outra área, reforçada. Considerando então que, na formação jornalística, é necessário desenvolver a atividade e não apenas reproduzir técnicas e procedimentos consagrados, a pesquisa tem a função de subsidiar e qualificar o ensino, o qual deve proporcionar ações extensivas, de exercício acadêmico/profissional para capacitar o futuro profissional. Essas ações, desenvolvidas ao longo da formação, proporcionam os elementos apropriados para que a atividade e as práticas profissionais sejam aprimoradas, de modo que o jornalista e o jornalismo possam cumprir sua função social.

Nesta perspectiva, é pertinente contextualizar a experiência da Agência de Jornalismo na articulação do tripé ensino, pesquisa e extensão, a partir do desafio de inserir a inclusão social como um dos propósitos da mídia na graduação. Afinal, de acordo com Gerson Martins (2008, p. 331), “especialmente no jornalismo, a teoria e o conhecimento humanístico e social somente terão aplicabilidade se forem somados às técnicas e à prática da profissão”. E, ao proporcionar espaços de produção jornalística em diálogo com demandas da sociedade civil, o curso possibilita o aprimoramento da formação e o contato com as práticas de cidadania.

Desde 2011, a Agência de Jornalismo estabeleceu uma parceria com a TV Comunitária de Ponta Grossa, TV Com PG, canal 96 da Net TV, mantida pela Associação das Entidades Usuárias do Canal Comunitário da Cidade. Um dos braços da Agência que desenvolve a mídia como um espaço de cidadania é a produção de vinhetas e documentários, a partir do Núcleo de Audiovisual.

Com esta parceria e demais ações de integração com a comunidade local e participação cidadã, a Agência de Jornalismo assume o propósito de oferecer canais e espaços de comunicação a grupos tradicionalmente excluídos da esfera da mídia, contribuindo para o fortalecimento das práticas de comunicação que acontecem no interior dos grupos e movimentos sociais.

### **A atuação da Agência de Jornalismo ao longo de uma década**

Para demonstrar a relevância do programa Agência de Jornalismo junto à comunidade local e aos grupos e entidades sociais, uma análise quantitativa de todas as

produções realizadas desde o ano de 2003 até 2013 foi realizada. Nesse sentido, para obtenção destes dados, foram utilizados os relatórios parciais e finais encaminhados para a Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais (PROEX) da UEPG, nos quais constam todas as produções realizadas pela Agência neste período de 10 anos de atuação.

Segundo análise, nos anos de 2003 a 2013 foram estabelecidas cinco categorias de atividades realizadas pela Agência de Jornalismo:

- 1) Impressos - Material de divulgação (folders, jornais impressos, revistas, livros reportagens).
- 2) Audiovisual - Documentários, vinhetas e coberturas em eventos.
- 3) Registro em arquivo digital - Registro Fotográfico e anais de eventos.
- 4) Comunicação Organizacional - assessoria em eventos.
- 5) Plataforma web - sites e blogs.

É importante destacar que, no que se refere às ações na plataforma web, a Agência de Jornalismo mantém atividades regulares envolvendo pelo menos dois núcleos (produção jornalística e divulgação científica): a atualização do site do Curso de Jornalismo da UEPG<sup>4</sup>, com produção de conteúdos multimídia, e a produção quadrimestral da *Revista Internacional de Folkcomunicação*<sup>5</sup>, editada com apoio do Programa Agência de Jornalismo, em parceria com a Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação, Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação e Mestrado em Jornalismo.

Para melhor compreensão dos dados obtidos, optou-se por sistematizá-los em cinco tabelas, de acordo com suas categorias referentes:

**Tabela 1** Impressos (2003 a 2013)

Folders/ cartazes	Jornais Impressos	Livros-reportagens	Revistas
34	7	2	1

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009; “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012; “Relatório final” 2013.

**Tabela 2** Audiovisual (2003 a 2013)

Documentários	Vinhetas	Cobertura em eventos
24	38 para Tv	36

<sup>4</sup> Disponível em: <http://www.jornalismouepg.net.br/>

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.revistas.uepg.br/>

	2 para rádio	
--	--------------	--

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009; “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012; “Relatório final” 2013.

**Tabela 3** Registro em arquivo digital (2003 a 2013)

Anais de eventos	Acervo fotográfico
20	9

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009; “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012.

**Tabela 4** Comunicação organizacional (2003 a 2013)

Assessoria e organização em eventos
30

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009; “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012; “Relatório final” 2013.

**Tabela 5** Plataforma web (2003 a 2013)

Sites	Blogs	Revista Internacional de Folkcomunicação
8	1	19

Fonte: “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007; “Formulário do relatório de prestação de serviços” 2º semestre de 2007 à 2009; “Relatório final” 2010 à 2011; “Relatório final” 2012; “Relatório final” 2013.

Segundo o último relatório entregue a PROEX, em dezembro de 2013, as seguintes entidades foram atendidas:

Nome da Entidade	Número de solicitações recebidas
2º Grupamento de Bombeiros de Ponta Grossa	1
Aplicef (Associação Pontagrossense de Lideranças Comunitárias e Entidades Filantrópicas)	2
Asilo São Vicente de Paula	1
CAJOR (Centro Acadêmico João do Rio)	2
Coletivo Feminista Corina Portugal	1
Departamento de Jornalismo da	

Universidade Estadual de Ponta Grossa	17
Departamento de Pedagogia da Universidade Estadual de Ponta Grossa	2
Departamento de Direito da Universidade Estadual de Ponta Grossa	2
Mestrado em Jornalismo UEPG	3
Movimento Passe Livre	2
Movimento Campos Gerais	1
Movimento Nós Podemos Campos Gerais	2
Nevicom (Núcleo de Estudos da Violência Contra Mulher)	1
Observatório Social de Ponta Grossa	1
Projeto Agência de Jornalismo	6
Projeto Crítica de Ponta	3
Projeto de Extensão Lente Quente	1
Projeto de Extensão Portal Comunitário	1
Projeto de Extensão Programa Ade!	1
UATI- Universidade Aberta para Terceira Idade	1

De acordo com a amostragem, no segundo semestre de 2003, quando a Agência de Jornalismo teve início, foram computadas apenas duas produções: uma audiovisual e uma impressa. Já em 2006, foram seis produções audiovisuais, dois registros em arquivos digitais, dois apoios organizacionais, e duas produções para web, totalizando a quantia de 12 demandas atendidas. No ano de 2009, a Agência de Jornalismo registrou a marca de 36 demandas realizadas, sendo 14 produções audiovisuais, três registros em arquivos digitais, seis apoios organizacionais, três produções para web e 11 materiais impressos. Já em 2012, o projeto atendeu 48 demandas, sendo 23 audiovisuais, dois registros em arquivos digitais, 10 apoios organizacionais, seis produções para web e sete materiais impressos. Em 2013,

último ano analisado, a produção atingiu seu recorde, totalizando 55 demandas realizadas: 30 produções audiovisuais, nove banners e cartazes, cinco anais de eventos, cinco coberturas fotográficas, e seis apoios organizacionais em eventos.

Estes dados indicam o fortalecimento da ação extensionista no âmbito da Universidade e revelam a demanda crescente pela inclusão dos mais diversos setores da sociedade na produção jornalística e de mídia.

### **O exercício da cidadania na Universidade**

A partir da sistematização dos dados é possível compreender a importância do papel da Agência de Jornalismo no cenário midiático local para os grupos e entidades envolvidas. Esta prestação de serviços gratuitos representa uma ponte entre a universidade pública e a sociedade civil, estabelecendo um retorno à comunidade onde a instituição pública está inserida. Partindo deste princípio, segundo Kovach e Rosenstiel (2004, p.31), o jornalismo tem obrigação com a cidadania e a sua primeira lealdade é com os cidadãos. “A imprensa funciona como guardião, tira as pessoas da letargia e oferece uma voz aos esquecidos”.

Nesse sentido é visível, pelos dados expostos anteriormente, a ampliação de abrangência dos serviços oferecidos pela Agência. Pode se dizer, portanto, que realizando a função de produzir estas demandas informacionais que partem de diversos setores da sociedade, o programa em questão possui um compromisso não só comunicacional, mas também cidadão.

Outro ponto importante que a Agência proporciona é a possibilidade da prática jornalística por parte dos estudantes envolvidos, por meio de formas didáticas que possibilitam uma interação com estes setores externos ao ambiente acadêmico. Nesse sentido, Fidalgo (2008) aponta a importância da imersão prática para o aperfeiçoamento da atividade jornalística:

(...) um tipo de trabalho “técnico-intelectual”, que vai para além de uma mera lógica “técnico-instrumental” (CARIA, 2005 p.198). E isto por três motivos essenciais: (1) nesta acção profissional estão inscritos também “valores e orientações morais” que fazem com que os critérios de interação com “o outro” não sejam desvalorizados; (2) os conhecimentos mobilizados não são uma mera aplicação da ciência adquirida em educação formal prévia e, pelo contrário, obrigam a “operações sócio-cognitivas de recontextualização profissional do conhecimento”; e (3) a autonomia no contexto de trabalho implica o “desenvolvimento de uma reflexividade profissional própria” que saiba lidar com a incerteza e a singularidade das situações (FIDALGO, 2008, p.14).

Assim, diante da sistematização dos dados contidos nos relatórios analisados, pode-se dizer que, durante estes mais de 10 anos de trabalho, a Agência de Jornalismo UEPG realizou em Ponta Grossa e região o total de 232 demandas, sempre envolvendo alunos bolsistas e voluntários e testando diferentes linguagens. Vale ressaltar que esta produção comunicacional não se limita, apenas, à circulação restrita aos grupos solicitantes, pois também é utilizada para abastecer de conteúdos a TV Comunitária de Ponta Grossa (TVComPG), o que reafirma o compromisso desta ação extensionista na defesa de uma comunicação democrática e cidadã.

### **Considerações finais**

Ao recuperar a consolidação da Agência de Jornalismo e apontar os desafios atuais da formação profissional no que diz respeito à inclusão de grupos sociais na mídia, o presente texto procurou refletir sobre as experiências realizadas no curso de Jornalismo da UEPG como formas de valorização do jornalismo cidadão. Não se quer indicar, com isso, que o referido curso possa ter a pretensão de servir de modelo para a formação profissional na área. A reflexão está focada na necessidade das universidades (re)pensarem a sua função, qualificando jornalistas não apenas para o mercado, mas também para o atendimento das demandas sociais de informação.

Esta preocupação vem ao encontro das recomendações da Carta de São Bernardo (2005), formulada com o propósito de democratizar os espaços de comunicação. Segundo o documento (GOBBI, 2006, p. 245),

As instituições universitárias devem assumir a responsabilidade de promover cursos voltados para a formação de comunicadores/empreendedores, profissionalização e modernização de empresas e instituições, criando, inclusive, incubadoras de mídia local/regional. Para isso devem implantar novas linhas de pesquisa nos cursos de pós-graduação, ancoradas na relação da Comunicação com a Educação e o Desenvolvimento Comunitário, com ações integradas à graduação.

Nesta perspectiva, as ações de ensino, articuladas com as experiências extensionistas, revelam o papel da mídia local/regional no desenvolvimento da cidadania. A partir de um viés comunitário, cultural ou educativo, os serviços mencionados vão ao encontro desta tendência, representando um diferencial humanístico na formação de jornalistas. De acordo com a Carta de São Bernardo (GOBBI, 2006, p. 246), deve-se

“promover parcerias entre as instituições de ensino e de comunicação com a sociedade civil para um levantamento da memória e da cultura das comunidades periféricas por meio de projetos de mídia cidadã”. Este aspecto está contemplado nas iniciativas de produção jornalística desenvolvidas no curso de Jornalismo da UEPG, que investe nas parcerias com diversos setores da sociedade e atua no registro da cultura e do cotidiano de grupos sociais que não têm acesso às condições de produção da comunicação.

Desse modo, entende-se que a experiência contribui para o aprimoramento técnico e teórico dos estudantes do curso de Jornalismo, que por meio de tais ações têm a oportunidade de experimentar novas linguagens e formatos de produção jornalística, ao mesmo tempo em que desenvolvem a reflexão em torno de conteúdos relacionados à cidadania. Neste sentido, o curso atende a uma demanda da formação profissional em comunicação, que exige jornalistas capazes de atuar em diferentes áreas, em sintonia com as demandas comunitárias.

### **Referências**

- FIDALGO, Joaquim. **Jornalistas e saberes profissionais**. Trabalho apresentado no I Colóquio Brasil-Portugal de Ciências da Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Natal, 2008. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0452-1.pdf>
- GOBBI, Maria Cristina. “Da ideologia ao pragmatismo: a Carta de São Bernardo”. In: MARQUES DE MELO, José; GOBBI, Maria Cristina; SATHLER, Luciano (orgs.). **Mídia cidadã, utopia brasileira**. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2006; p. 231-247.
- KOVACH, BILL; ROSENSTIEL, TOM. **Os elementos do Jornalismo**. O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.
- MARTINS, Gerson. “O ensino do jornalismo e a agenda social”. In: CANELA, Guilherme (org.). **Políticas públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. São Paulo: ANDI; Cortez, 2008. p. 320-332
- PAIVA, Raquel. **O espírito comum: comunidade, mídia e globalismo**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. “Direito à comunicação comunitária, participação popular e cidadania”. In: OLIVEIRA, Maria José da Costa (org.). **Comunicação Pública**. Campinas: Alínea, 2004. p. 49-79.

**Fontes e Documentos:**

Site Agência de Jornalismo. Disponível em: <http://www.uepg.br/agenciadejornalismo/>

Formulário do relatório de prestação de serviços. Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2º semestre de 2003 ao 1º semestre de 2005.

Formulário do relatório de prestação de serviços. Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2º semestre de 2005 ao 1º semestre de 2007.

Formulário do relatório de prestação de serviços. Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2º semestre de 2007 a 2009.

Relatório final. Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2010 a 2011.

Relatório final. Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2012.

Relatório final. Pró Reitoria de Extensão e Projetos Culturais – Divisão de Extensão Universitária. Ponta Grossa, UEPG. 2013.