

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

KAMYLA FARIA MAIA

**A CONSTITUIÇÃO DO JORNALISMO NAS TELEVISÕES UNIVERSITÁRIAS  
BRASILEIRAS**

GOIÂNIA  
2022



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

## TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

### E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

#### 1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação  Tese  Outro\*: \_\_\_\_\_

\*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

#### 2. Nome completo do autor

Kamyla Faria Maia

#### 3. Título do trabalho

A CONSTITUIÇÃO DO JORNALISMO NAS TELEVISÕES UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS

#### 4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento  SIM  NÃO<sup>1</sup>

[https://sei.ufg.br/sei/controlador.php?acao=documento\\_imprimir\\_web&acao\\_origem=arvore\\_visualizar&id\\_documento=3388511&infra\\_sistema=100000100&infra\\_unidade\\_atual=110000091&infra\\_hash=704b639a45...](https://sei.ufg.br/sei/controlador.php?acao=documento_imprimir_web&acao_origem=arvore_visualizar&id_documento=3388511&infra_sistema=100000100&infra_unidade_atual=110000091&infra_hash=704b639a45...) 1/2

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);
  - b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Nelia Rodrigues Del Bianco, Usuário Externo**, em 19/08/2022, às 10:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **KAMYLA FARIA MAIA, Discente**, em 19/08/2022, às 11:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3127596** e o código CRC **B831A72E**.

KAMYLA FARIA MAIA

**A Constituição do Jornalismo nas Televisões Universitárias Brasileiras**

Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Faculdade de Informação e Comunicação, da Universidade Federal de Goiás (UFG), como requisito para obtenção do título de Doutor em Comunicação.

Área de Concentração: Comunicação, Cultura e Cidadania.

Linha de Pesquisa: Mídia e Cidadania.

Orientadora: Professora Doutora Nélia Rodrigues Del Bianco

GOIÂNIA  
2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Maia, Kamyla Faria  
A Constituição do Jornalismo nas Televisões Universitárias  
Brasileiras [manuscrito] / Kamyla Faria Maia. - 2022.  
CCXXIII, 223 f.: il.

Orientador: Profa. Dra. Nélia Rodrigues Del Bianco.  
Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de  
Informação e Comunicação (FIC), Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação, Goiânia, 2022.

Bibliografia. Anexos. Apêndice.

Inclui siglas, fotografias, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. TV universitária. 2. TV pública. 3. telejornalismo de interesse  
comum. 4. indicadores de qualidade. I. Bianco, Nélia Rodrigues Del,  
orient. II. Título.

CDU 007



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

## ATA DE DEFESA DE TESE

Ata Nº 13/2022 da sessão de Defesa de Tese de **Kamyla Faria Maia** que confere o título de Doutora em **Comunicação**, na área de concentração em **Comunicação, Cultura e Cidadania**.

Aos **vinte e cinco de julho de dois mil e vinte e dois**, a partir das **nove horas**, realizou-se a sessão pública de Defesa de Tese intitulada **"A CONSTITUIÇÃO DO JORNALISMO NAS TELEVISÕES UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS"**. Os trabalhos foram instalados pela Orientadora, Professora Doutora **Nelia Rodrigues Del Bianco (PPGCOM/FIC/UFMG)** com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Professora Doutora **Ana Carolina Rocha Pessoa Temer (PPGCOM/FIC/UFMG)**, membra titular interna; Professor Doutor **Magno Luiz Medeiros da Silva (PPGCOM/FIC/UFMG)**, membro titular interno; Professora Doutora **Iluska Maria da Silva Coutinho (PPGCOM/UFJF)**, membra titular externa; Professora Doutora **Debora Cristina Lopez (PPGCOM/UFOP)**, membra titular externa, **com a participação de todos por videoconferência**. Durante a arguição os membros da banca não fizeram sugestão de alteração do título do trabalho. A Banca Examinadora reuniu-se em sessão secreta a fim de concluir o julgamento da Tese tendo sido a candidata **aprovada** pelos seus membros. Proclamados os resultados pela Professora Doutora **Nelia Rodrigues Del Bianco**, Presidenta da Banca Examinadora, foram encerrados os trabalhos e, para constar, lavrou-se a presente ata que é assinada pelos Membros da Banca Examinadora, aos vinte e cinco de julho de dois mil e vinte e dois.

## TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Nelia Rodrigues Del Bianco, Usuário Externo**, em 25/08/2022, às 10:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Iluska Maria da Silva Coutinho, Usuário Externo**, em 25/08/2022, às 11:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Debora Cristina Lopez, Usuário Externo**, em 25/08/2022, às 11:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Magno Luiz Medeiros Da Silva, Professor do Magistério Superior**, em 25/08/2022, às 11:57, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ana Carolina Rocha Pessoa Temer, Usuário Externo**, em 26/08/2022, às 16:38, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3141371** e o código CRC **6CFA30E4**.

---

**Referência:** Processo nº 23070.034125/2022-29

SEI nº 3141371

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha orientadora, doutora Nélia Del Bianco, pelo direcionamento, paciência e apoio ao longo do desenvolvimento da tese; marcado por dois anos de crise sanitária e isolamento social. Assim como agradeço aos colegas de doutorado, que mantiveram uma corrente de apoio durante os momentos mais dramáticos de todo o processo, e ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, que compreendeu o período desafiador que todos viviam e nos permitiu ampliar o tempo destinado à pesquisa e à produção da tese.

É necessário também dedicar agradecimentos especiais a toda a equipe da TV UFG, lugar onde descobri a paixão pela televisão universitária e que me deu inspiração para continuar mesmo nos períodos mais desafiadores. Nesses momentos também pude contar com o ombro amigo e os ouvidos sempre atentos de minha mãe, Dina Maia, e, por isso, dedico a ela o resultado desse trabalho. Por fim, não posso deixar de agradecer à minha família estendida e escolhida, meus amigos e amigas, que me acolheram sempre que precisei.

## RESUMO

A pesquisa busca identificar como se constitui o telejornalismo de emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior, que atuam em concessões de radiodifusão e na TV paga, e como ele se relaciona com os princípios da radiodifusão pública, elencados pela Unesco (2001). Para tanto, foram analisados três telejornais diários, UESB Notícias 1ª edição, da TV UESB, Jornal da UFU; da TV Universitária de Uberlândia, e Câmera Aberta; da Unisul TV (UniTV); e três programas de debates, a série Brasil em Questão, da UnbTV; o quinzenal Em Pauta, da TV Unesp; e o diário Opinião Pernambuco, da TVU Recife. A análise se deu por meio da criação dos indicadores do telejornalismo da televisão universitária a partir dos princípios da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e do conceito de jornalismo de interesse público (COUTINHO, 2013), por meio do método de análise e leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais (BECKER, 2012). Por meio dessa análise foi possível apontar que cada uma das emissoras, a sua maneira, tem buscado complementar o conteúdo informativo oferecido pelas emissoras comerciais por meio da promoção da diversidade e de conteúdo que auxilie na compreensão da realidade, seja por meio de debates aprofundados, seja por meio da divulgação de informações locais em cidades do interior do país. Entretanto, há pouco investimento em inovação de gêneros e formatos e pouco espaço para a efetiva participação de pessoas da comunidade em geral, externa às instituições de ensino que gerem as televisões. E, acima de tudo, o conteúdo da maioria das emissoras não é universal, por não estar em uma plataforma de exibição gratuita ou por não contar com recursos de acessibilidade.

**Palavras-chave:** TV universitária; TV pública; telejornalismo de interesse comum; indicadores de qualidade.

## ABSTRACT

The research seeks to identify how the television journalism of university television, which operate in broadcasting concessions and pay TV, is constituted and how it relates to the principles of public broadcasting, listed by Unesco (2001). For that, three daily news programs were analyzed, UESB Notícias, from TV UESB, Jornal da UFU; from TV Universitária de Uberlândia, and Camera Aberta; from Unisul TV (UniTV); and three debate programs, the series Brasil em Questão, from UnbTV; the weekly Em Pauta, from TV Unesp; and the daily Opinião Pernambuco, from TVU Recife. The analysis was carried out through the creation of indicators of telejournalism on university television based on the principles of public broadcasting (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) and the concept of public interest journalism (COUTINHO, 2013), by through the method of analysis and critical reading of audiovisual journalistic narratives (BECKER, 2012). Through this analysis, it was possible to point out that each of the stations, in its own way, has sought to complement the informative content offered by commercial stations through the promotion of diversity and content that helps in the understanding of reality, either through in-depth debates, or through the dissemination of local information in cities in the interior of the country. However, there is little investment in innovation of genres and formats and little space for the effective participation of people from the community in general, external to the educational institutions that manage the televisions. And, above all, the content of most broadcasters is not universal, because it is not on a free viewing platform or because it does not have accessibility features.

**Key words:** university TV; public TV; telejournalism of common interest; quality indicators.

## **Lista de Figuras**

Figura 1- Abertura do UESB Notícias 1ª edição .....	128
Figura 2- Cenário do UESB Notícias 1ª edição .....	133
Figura 3- Abertura do Jornal da UFU .....	138
Figura 4- Cenário do Jornal da UFU .....	142
Figura 5- Abertura do Câmera Aberta 1ª edição .....	146
Figura 6- Cenário do Câmera Aberta 1ª edição.....	150
Figura 7- Abertura do Brasil em Questão .....	155
Figura 8- Cenário virtual do Brasil em Questão .....	157
Figura 9- Abertura do Em Pauta .....	162
Figura 10- Cenário virtual do Em Pauta .....	164
Figura 11- Abertura do Opinião Pernambuco .....	168
Figura 12- Cenário virtual Opinião Pernambuco.....	170

## **Lista de Tabelas**

Tabela 1- Televisões universitárias em sinal aberto e na TV a cabo .....	34
Tabela 2- Indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária .....	110
Tabela 3- Método de análise proposto .....	114
Tabela 4- Emissoras que exibem telejornais diários .....	118
Tabela 5- Emissoras que exibem documentários, entrevistas ou debates .....	121
Tabela 6- Emissoras que exibem boletins informativos ou reportagens .....	122
Tabela 7- Emissoras que não disponibilizam conteúdo telejornalístico .....	123
Tabela 8- Aplicação da análise televisual no UESB Notícias.....	135
Tabela 9- Aplicação da análise televisual no Jornal da UFU.....	144
Tabela 10- Aplicação da análise televisual no Câmera Aberta.....	153
Tabela 11- Aplicação da análise televisual no Brasil em Questão .....	159
Tabela 12- Aplicação da análise televisual no no Em Pauta.....	166
Tabela 13- Aplicação da análise televisual no Opinião Pernambuco .....	172

## **Lista de Siglas e Abreviaturas**

Agência Nacional de Telecomunicações- Anatel

Associação Brasileira de Canais Comunitários- Abcom

Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais-Abepec

Associação Brasileira de Rádios e TVs Legislativas- Astral

Associação Brasileira de Televisão Universitária-ABTU

Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto- Acerp

Associação Nacional dos Dirigentes de Instituições Federais de Ensino Superior- Andifes

British Broadcasting Company- BBC

Canal Universitário- CNU

Centro Universitário de Caratinga- Unec

Centro Universitário do Leste de Minas Gerais- Unileste

Centro Universitário Espírito-Santense- Faesa

Centro Universitário Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas – Unifacisa

Centro Universitário de Maringá- Unicesumar

Comunicação Pública- CP

Empresa Brasil de Comunicação- EBC

Empresa Brasileira de Radiodifusão- Radiobrás

Faculdade de Ciências Ambientais de Caratinga – DOCTUM

Federação de Estabelecimentos de Ensino Superior em Novo Hamburgo- Feevale

Federação Nacional dos Jornalistas- Fenaj

Federación de Organismos de Rádio y Television Autónomicos- FORTA

Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação- FNDC

Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa- FCBTVE

A Fundação Rádio e Televisão Educativa e Cultural- Fundação RTVE

Fundação de Rádio e Televisão Educativa e Cultural de Viçosa- FRATEVI

Fundação de Rádio e TV de Ouro Preto- FEOP

Fundação Educacional de Caratinga- FUNEC

Fundação Educacional do Município de Assis- Fema

Fundação Percival Farquhar- FPF

Fundação Rádio Educacional de Votuporanga- FREV

Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia- RTU

Fundação Universidade de Passo Fundo- FUFPP

Fundação Universidade do Sul de Santa Catarina - UNISUL

Fundação Universidade do Tocantins- Unitins

Fundação Universitária Vida Cristã- FUNVIC

Instituições de Ensino Superior- IES

National Public Radio- NPR

Nihon Hoso– NHK

Pontifícia Universidade Católica de Goiás- PUC Goiás

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais- PUC Minas

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo- PUC São Paulo

Programa Nacional de Teleducação - PRONTEL

Public Broadcasting Services- PBS

Organização das Nações Unidas- ONU

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura- Unesco

Rádio e Televisão de Portugal - RTP

Rádio e Televisão Espanhola – RTVE

Rede de Permuta de Conteúdos Audiovisuais via Internet- RedeIFES

Rede Nacional de Comunicação Pública de Televisão - RNCP/TV

Televisão América Latina- TAL  
Televisão Educativa- TVE  
Televisão Universitária- TVU  
TV Nacional do Brasil- NBR  
Universidade Anhanguera- Uniderp  
Universidade Católica de Pelotas- Ucpel  
Universidade Católica de Santos- Unisantos  
Universidade Católica Dom Bosco- UCDB  
Universidade Comunitária Regional de Chapecó- UNO  
Universidade de Brasília-UnB  
Universidade de Caxias do Sul- UCS  
Universidade de Cruz Alta- Unicruz  
Universidade de Fortaleza- Unifor  
Universidade de Mogi das Cruzes- UMC  
Universidade de Passo Fundo- UPF  
Universidade de Ribeirão Preto- Unaerp  
Universidade de Santa Cecília- Unisanta  
Universidade de Santa Cruz do Sul- Unisc  
Universidade de São Paulo- USP  
Universidade de Vila Velha- UVV  
Universidade do Estado da Bahia- Uneb  
Universidade do Sul de Santa Catarina- Unisul  
Universidade do Vale do Itajaí- Univali  
Universidade do Vale do Rio Doce- Univalde  
Universidade do Vale do Rio dos Sinos- Unisinos

Universidade do Vale do Paraíba- Univap  
Universidade do Vale do Taquari- Univates  
Universidade Estadual de Campinas- Unicamp  
Universidade Estadual de Londrina- UEL  
Universidade Estadual de Maringá- UEM  
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia- Uesb  
Universidade Estadual do Rio Grande do Norte- UERN  
Universidade Estadual Paulista- Unesp  
Universidade Franciscana- UFN  
Universidade Federal da Bahia- UFBA  
Universidade Federal da Paraíba- UFPB  
Universidade Federal de Goiás- UFG  
Universidade Federal de Lavras- UFLA Universidade Federal de Santa Catarina- UFSC  
Universidade Federal de Minas Gerais- UFMG  
Universidade Federal de Ouro Preto- UFOP  
Universidade Federal de Santa Maria- UFSM  
Universidade Federal de Pernambuco- UFPE  
Universidade Federal de Roraima- UFRR  
Universidade Federal de Viçosa- UFV  
Universidade Federal do Amazonas- Ufam  
Universidade Federal do Espírito Santo- Ufes  
Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro- UFRJ  
Universidade Federal do Maranhão- UFMA  
Universidade Federal do Mato Grosso- UFMT  
Universidade Federal do Mato Grosso do Sul- UFMS

Universidade Federal do Paraná- UFPR  
Universidade Federal do Rio Grande- FURG  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte- UFRN  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS  
Universidade Estadual do Tocantins- UFT  
Universidade Federal do Triângulo Mineiro- UFTM  
Universidade Federal de Uberlândia- UFU  
Universidade Federal Fluminense- UFF  
Universidade José do Rosário Vellano- Unifenas  
Universidade Luterana do Brasil- Ulbra  
Universidade Metodista de Piracicaba- Unimep  
Universidade Nacional Autónoma de México- UNAM  
Universidade Paranaense- UP  
Universidade Paulista- Unip  
Universidade Regional de Blumenau- Furb  
Universidade Salgado de Oliveira- Universo  
Universidade Virtual do Estado de São Paulo- Univesp

## Sumário

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	17
<b>1. A Televisão Universitária no Brasil</b> .....	21
1.1 Das Concessões Educativas aos Canais Universitárias .....	21
1.2 As Definições de Televisão Universitária Brasileira .....	27
1.3 A Programação e o Financiamento da Televisão Universitária .....	30
1.4 A Televisão Universitária no Sinal Aberto e na TV a Cabo .....	33
1.5 A Televisão Universitária como Objeto de Pesquisa .....	41
<b>2. As Televisões Públicas e Universitárias no Mundo</b> .....	50
2.1 Definições e Diretrizes da Televisão Pública .....	50
2.2 As Diferentes Experiências de Televisão Pública pelo Mundo .....	54
2.3 O Campo Público de Televisão no Brasil .....	59
2.4 A Televisão Educativa e Universitária .....	65
<b>3. A Noção de Campo e sua Aplicação na Análise do Objeto</b> .....	69
3.1 A Noção de Campo em Bourdieu .....	69
3.1.1 O <i>Habitus</i> .....	73
3.2 O Campo Jornalístico .....	76
3.3 O Campo Televisivo .....	81
3.3.1 O Subcampo da Televisão Pública .....	86
3.3.2 O Subcampo do Telejornalismo .....	89
3.4 O Campo Acadêmico .....	93
3.5 Relações dos Campos na Constituição das Televisões Universitárias .....	97
<b>4. Modelo de Análise para o Telejornalismo da Televisão Universitária</b> .....	100
4.1 Os Princípios da Radiodifusão Pública .....	100
4.2 O Telejornalismo de Interesse Comum .....	102
4.3 Indicadores de Qualidade do Telejornalismo da Televisão Universitária ...	107
4.4 Análise Televisual .....	111
4.5 Entrevistas .....	115
<b>5. A Constituição do Telejornalismo na Televisão Universitária</b> .....	117
5.1 O Telejornalismo na Televisão Universitária .....	117
5.2 Telejornais Diários e Programas de Debates como Objeto de Análise .....	124
<b>6. Considerações sobre o Telejornalismo da Televisão Universitária</b> .....	126
6.1 Descrição e Análise dos Objetos.....	126
6.1.1 UESB Notícias 1ª edição- TV UESB .....	127
6.1.2 Jornal da UFU- TV Universitária de Uberlândia .....	136
6.1.3 Câmera Aberta 1ª edição- Unisul TV (UniTV) .....	144
6.1.4 Brasil em Questão- UnBTV .....	153
6.1.5 Em Pauta- TV Unesp .....	159
6.1.6 Opinião Pernambuco- TVU Recife .....	166
6.2 Cenário Geral do Telejornalismo Universitário .....	172

<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>176</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>182</b>
<b>REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS .....</b>	<b>192</b>
<b>ANEXO .....</b>	<b>195</b>
<b>APÊNDICE .....</b>	<b>199</b>

## INTRODUÇÃO

A televisão universitária brasileira pode ser definida como um núcleo de produção de conteúdo audiovisual ligado a uma Instituição de Ensino Superior, pública ou privada; que ofereça programação constante e regular, feita com a participação da comunidade universitária e de profissionais de comunicação; e que exiba seu conteúdo em concessões de radiodifusão em sinal aberto, em canal na TV a cabo, pela internet ou por circuito interno. Além de estarem ligadas à difusão do conhecimento e das ações produzidas pela academia, as emissoras universitárias no sinal aberto e da TV a cabo fazem parte do Campo Público de Televisão no Brasil.

O termo é usado para designar um grupo heterogêneo de emissoras não comerciais que operam no Brasil e que apresentam visões e concepções comuns, formado pelas televisões universitárias, educativas, legislativas e comunitárias (VALENTE, 2009a, p. 07). A programação desse grupo de emissoras, inclusive da TV universitária, deve seguir os preceitos da comunicação pública, os quais são superficialmente expostos no Artigo 223 da Constituição Cidadã, que divide a comunicação em um tripé formado pelos campos comercial, público e estatal, e que determina que haja complementaridade entre os serviços prestados, inclusive a programação informativa.

O jornalismo nas emissoras públicas pode ser um espaço para o exercício do direito à comunicação, para além do direito à informação, que contribua com a oferta de conhecimento cotidiano e formação de espectadores (COUTINHO, 2013), e se estabeleça como complementar ao modelo telejornalístico comercial. Em decorrência disso, é necessário refletir de forma mais abrangente a respeito do telejornalismo produzido nas emissoras universitárias brasileiras na atualidade e sua relação com a produção de notícias das emissoras comerciais.

Também é preciso compreender as características do jornalismo produzido em uma televisão universitária e de que forma ele se relaciona com as finalidades de um veículo público, que são definidas pelos princípios da radiodifusão pública propostos pela Unesco (2001). Por meio dessa análise será possível identificar o tipo de vínculo da TV universitária com o Campo Público de Televisão no Brasil.

Dessa maneira, a pergunta inicial desta pesquisa é: *Como se constitui o jornalismo das emissoras universitárias no Brasil?* E para responder ao questionamento em suas diferentes perspectivas, foram analisados e comparados os principais tipos de

programas jornalísticos com periodicidade definida produzidos por emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior que atuam em concessões de radiodifusão de TV aberta e em canais a cabo nas diferentes regiões do país: telejornais diários e programas de entrevista/debate.

Tal ênfase se justifica porque o sistema de radiodifusão brasileiro é dominado pelas TVs comerciais e o modelo público de televisão ainda não conseguiu se consolidar. Uma parcela expressiva da população do país se informa por meio das emissoras comerciais, as quais ancoram sua produção na busca por audiência e não em um conteúdo socialmente referenciado. Do outro lado estão as TVs públicas, que devem ter como foco a democratização do acesso à comunicação e a contribuição para constituição de uma cidadania plena, mas que ainda são, muitas vezes, vistas com desconfiança por parte de gestores e desconhecidas pelos telespectadores.

Ademais, as dificuldades para manutenção e financiamento das emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior brasileiras, conforme apontam estudos de pesquisadores da área (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004; CALLIGARO, 2013), incide diretamente na constituição de suas programações. Nestas há o predomínio de produções que demandam pouco recurso financeiro, como entrevistas, debates e palestras. Produções que necessitam da contratação de equipes numerosas, compra e manutenção de equipamentos e veículos e construção de cenários, como é o caso de programas jornalísticos diários, acabam não se enquadrando na realidade da grande maioria das emissoras.

Um resultado perceptível dessas dificuldades é que a minoria das 71 televisões universitárias brasileiras identificadas pela atual pesquisa exibia telejornais diários em suas grades de programação. A maior parte delas opta por produções menos dispendiosas financeiramente e que podem ser realizadas por equipes reduzidas, como é o caso dos programas de debate e entrevistas, boletins informativos e programas especiais sem periodicidade, como documentários. Por outro lado, foi possível perceber que quase um terço dessas emissoras não tem nenhum conteúdo jornalístico; sendo a maioria delas formada por canais universitários na TV a cabo.

Tal constatação está diretamente ligada à inexistência de regulamentação sobre a programação dos canais de carregamento obrigatório na TV a cabo. De maneira diferente, as concessões de radiodifusão em sinal aberto devem obedecer aos instrumentos legais do setor, que determinam que as emissoras devem contar com conteúdo jornalístico na grade de programação (BRASIL, 1963). A exibição de

programas jornalísticos também é essencial para que essas emissoras possam ser consideradas como pertencentes ao espectro da comunicação pública.

Além da escassez de programas jornalísticos diários ou total falta de conteúdo noticioso, há a dificuldade de estabelecer uma diferenciação do telejornalismo nas emissoras universitárias do modelo das emissoras comerciais. O principal distanciamento das produções das Tvs universitárias do conteúdo das emissoras privadas parece ser a inclusão de temas que dificilmente são pauta na programação comercial, a busca por aprofundamento dos conteúdos e a participação qualificada de pesquisadores ligados às diferentes instituições nos debates propostos.

Em decorrência desse cenário, as hipóteses que motivam o estudo é que a escassez de programas jornalísticos ou preferência das emissoras universitárias por produções que se baseiam exclusivamente na palavra é motivada por fatores estruturais e de gestão, e que a dificuldade de estabelecer uma diferenciação em relação ao modelo das emissoras comerciais apontam para uma lacuna em relação ao seu caráter público.

O caminho percorrido para desenvolver a análise passou por diferentes etapas. O estágio inicial, que compõe o primeiro capítulo, detalhou as definições conceituais e legais acerca das televisões universitárias no Brasil e como elas têm sido administradas e financiadas. Para localizar o objeto da pesquisa foram apontadas quantas televisões universitárias se encontravam em funcionamento no momento da coleta de dados; onde elas se encontram; em quais sistemas exibiam conteúdo e como eram suas programações. Nesse momento também foram elencadas as análises já realizadas pela academia sobre a TV universitária e em que medida elas abordam o telejornalismo, foco central da tese.

No segundo capítulo foi abordada a evolução do conceito de radiodifusão pública e de TV pública pelo mundo e a aplicação desses conceitos em diferentes experiências em regiões como Europa, América do Norte e América Latina. Também foram descritos a trajetória tortuosa para a criação de um modelo de TV pública no Brasil e o processo que levou à delimitação do conceito de Campo Público de Televisão, com destaque para a análise de como esse campo se constituiu, quais suas especificidades e qual a situação dele no momento de realização da pesquisa. Da mesma maneira, foram analisadas as diferentes concepções de televisão universitária e as experiências de emissoras ligadas às instituições de ensino superior, principalmente na América Latina.

Para delimitar o referencial teórico que embasou a pesquisa, o capítulo seguinte trabalhou o conceito de campo em Bourdieu (1986; 1989; 1997), e seu desdobramento no conceito de *habitus*. Utilizando-se dessas definições, a seção buscou definir os campos jornalístico, televisivo e acadêmico, na imbricação dos quais surge a TV universitária, e os subcampos da televisão pública e do telejornalismo, que se relacionam diretamente com as variáveis da pesquisa.

Por sua vez, o quarto capítulo apontou os indicadores de qualidade a partir dos quais foram analisados os telejornais diários das emissoras universitárias. A elaboração desses indicadores baseou-se nos princípios da radiodifusão pública definidos por diferentes autores (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e no conceito de jornalismo de interesse público (COUTINHO, 2013). Eles foram base para uma análise descritiva e qualitativa dos programas selecionados, realizada por meio de uma adaptação do método de análise e leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais (BECKER, 2012).

O quinto capítulo delimitou com mais precisão o jornalismo da televisão universitária brasileira, ao mostrar o panorama do que é produzido nas emissoras em sinal aberto e na TV a cabo. Foram elencados os tipos de programas jornalísticos exibidos por essas emissoras e quais delas não oferecem nenhum conteúdo informativo em sua programação. Por fim, foram apontados os telejornais diários e os programas de debates escolhidos para a aplicação do modelo de análise desenvolvido na seção anterior e quais os critérios utilizados para a escolha.

Os resultados da pesquisa quanti-qualitativa desenvolvida ao longo do doutorado foram apresentados no último capítulo deste texto. Utilizando-se dos indicadores de qualidade foram analisados três telejornais diários: UESB Notícias 1ª edição, da TV UESB; Jornal da UFU, da TV Universitária de Uberlândia; e Câmera Aberta, da Unisul TV (UniTV); e três programas de debates: a série Brasil em Questão, da UnbTV; o quinzenal Em Pauta, da TV Unesp; e o diário Opinião Pernambuco, da TVU Recife.

Em meio a complexidade do Campo Público de Televisão no Brasil e da diferentes constituições e ordenamentos das TV universitária no país, é um desafio tentar traçar um panorama do telejornalismo produzido pelas emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior, dado a inexistência de um projeto comum e consolidado. Por isso faz-se necessário o presente estudo como forma de apontar os dilemas e as potencialidades desse subcampo da televisão e da universidade.

## **1. A Televisão Universitária no Brasil**

O objeto central dessa pesquisa é a produção jornalística das televisões que são geridas por Instituições de Ensino Superior que atuam em concessões de radiodifusão no sinal aberto e em canais universitários na TV a cabo. Para analisar esse objeto, se faz necessário conhecer a trajetória dessas emissoras no ecossistema televisivo brasileiro, as diferentes definições do conceito de televisão universitária e em que ponto estão as pesquisas desenvolvidas acerca dessa temática.

### **1.1 Das Concessões Educativas aos Canais Universitários**

A primeira concessão de televisão não-comercial educativa no Brasil foi outorgada a uma universidade pública 18 anos depois que a TV foi oficialmente instalada no país. Essa emissora é a TV Universitária de Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco, que iniciou suas operações em 1968 e foi a primeira das televisões educativas que fizeram parte do plano nacional de alfabetização e educação básica pelos meios de comunicação em massa (MAGALHÃES, 2013, p. 08) promovido pelo regime militar, o qual foi implementado a partir do golpe de abril de 1964.

A vinculação dessas estações com as universidades federais era administrativa e financeira e elas deveriam cumprir com as finalidades estabelecidas para as emissoras educativas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, que entrou em vigor por meio do Decreto-Lei nº 4.117, de 1962, e foi modificado pelo Decreto-Lei nº 236 de 1967. Esse foi o primeiro instrumento legal a distinguir as emissoras comerciais das educativas.

Art. 13 – A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates. A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos (BRASIL, 1967).

A determinação legal pode ser interpretada como uma estratégia para que as televisões educativas não constituíssem ameaça às comerciais, mas ela acabou não sendo seguida. As emissoras estruturaram grades de programação que comportam conteúdos educativos e de divulgação institucional, sem haver a especificidade de

exibição de programas universitários (PREVEDELLO, 2015, on-line). Como não tinham condições de fechar uma grade diária de programação, as TVs educativas passaram a operar com o suporte das duas grandes emissoras educativas do país, que se constituíram em cabeças de rede: a TV Cultura de São Paulo, criada em 1969 pela Fundação Padre Anchieta- Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativa; e a TV Educativa do Rio de Janeiro, fundada em 1975 pela Associação de Comunicação Educativa Roquette Pinto- Acerp (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 04).

Apesar de estabelecer a figura da TV educativa, o Código Brasileiro de Telecomunicações privilegiou o modelo comercial, já que desobriga o Estado a criar emissoras não comerciais, repassando essa responsabilidade aos estados, municípios, universidades e fundações. Além disso, retirou das televisões educativas o direito de obter recursos por meio da veiculação de peças publicitárias. Em 1986, com a publicação da Lei nº 7.505, houve uma flexibilização desse impedimento por meio da possibilidade de patrocínio de emissoras e programas (SANTOS, 2019, p. 106-107).

A implantação das TVs educativas se deu sem obedecer à política setorial de governo e por isso, surgiram nove emissoras educativas com origens e vinculação diversas entre 1967 e 1974 (MARTELLI; KERBAUY, 2013, p. 15). Como afirma Magalhães (2009) o projeto de televisão educativa no Brasil desandou já ao final do governo militar.

Como não havia necessidade de licitações, a TV educativa virou moeda de barganha em negociatas políticas e centenas de apadrinhados ganharam sua própria emissora em seu curral eleitoral. As universidades, aqui e ali, recebiam algumas delas, quando uns poucos políticos intercediam. Ao final, as emissoras educativas ficaram carimbadas como sendo de “políticos” ou “chapa-branca”, já que os Estados também tinham a prerrogativa de ter televisões abertas “educativas” (MAGALHÃES, 2009, on-line).

O autor destaca que as exceções eram as TVs ligadas às universidades, que faziam bom uso da concessão. Naquele momento elas não recebiam a denominação de TVs universitárias “porque esse termo não existe na legislação que rege a radiodifusão” (MAGALHÃES, 2009, on-line). De acordo com Santos havia 15 emissoras educativas em todo o país em 1985 (2019, p. 17).

A política federal de concessões de emissoras não comerciais mudou na década de 1970, momento em que o governo militar deu início a um processo de articulação de suas estruturas de comunicação e criou a Empresa Brasileira de Radiodifusão-

Radiobrás. A partir de 1973 a nova empresa passou a operar as estações de propriedade do governo federal; produzir e difundir programas informativos e de recreação e difundir conteúdos de produtoras de propriedade estatal (VALENTE, 2009a). Com isso, as autarquias federais ficaram impossibilitadas de obter concessões e aquelas universidades que ainda não operavam um canal de televisão decidiram solicitar concessão por meio de fundações de direito privado sem fins lucrativos.

Com a retomada da democracia e a promulgação da Constituição Cidadã, em 1988, a sociedade e o poder público voltaram a debater a respeito da efetivação da radiodifusão não comercial. Entretanto, o texto final dela ignorou o termo TV educativa, em vigor desde 1967, e classificou as emissoras em privadas, públicas e estatais, instituindo assim um modelo tríplice:

Art. 223 – Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal (BRASIL, 1988).

O texto, no entanto, não apontou as diferenças entre concessões estatais e públicas e, ao longo das três últimas décadas, não houve regulamentação do princípio e de suas definições legais ou conceituais (MARTELLI; KERBAUY, 2013, p. 16). Durante esse período, outras legislações passaram a incidir sobre as concessões não comerciais, como a Lei nº 9.637 de 1998, que criou o expediente do Apoio Cultural para programas televisivos; e a Portaria do Ministério das Comunicações nº 256 de 2011, que estabeleceu a preferência das universidades para a ocupação dos canais educativos abertos e pela primeira vez exigiu o processo licitatório para a execução de serviços de radiodifusão de sons e imagens de caráter educativo (SANTOS, 2019, p. 110-113).

Ainda em 2011 este instrumento legal foi revogado pela Portaria do Ministério das Comunicações nº 420, “que estabeleceu novos procedimentos para os interessados em concorrer a uma concessão de canal educativo”, que sugerem maior preocupação do governo com a destinação de tais veículos de comunicação, já que era evidente a concentração de diversos canais em nomes de igrejas sem qualquer ligação com Instituições de Ensino Superior (SANTOS, 2019, p. 113).

Apesar da mobilização popular em prol da democratização da comunicação brasileira, a farra das TVs educativas continuou mesmo depois da redemocratização. Apenas o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso distribuiu 118 concessões de

televisão educativa, que apesar do nome, acabaram nas mãos de grupos religiosos e políticos (SANTOS, 2019, p. 17). Até 2015, a Agência Nacional de Telecomunicações- Anatel, contabilizou 207 concessões educativas, o que representa 38% das 541 geradoras de televisão.

Em 1995 surgiu uma nova inflexão na trajetória da televisão não comercial, como resultado da ação direta de atores como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação- FNDC, e a Federação Nacional dos Jornalistas- Fenaj. A Lei nº 8.977, que abriu espaço para os canais de carregamento obrigatório pelas operadoras de TV a cabo, sendo eles: comunitário, legislativo, universitário, educativo e institucional. A legislação determina que a operadora disponibilize, em todos os pacotes oferecidos, canais básicos para organizações sociais e instituições de interesse público, mas sem a obrigação de fornecer infraestrutura para a produção dos programas. A criação desses canais deve ser iniciada por uma convocação pública que pode partir de uma das entidades ou da própria operadora.

Os canais universitários preveem o compartilhamento da grade entre as unidades existentes no município de prestação do serviço, a qual não precisa ser dividida de forma equitativa e deve ser definida por meio de acordos celebrados entre as instituições (MAGALHÃES, 2013). As primeiras TVs universitárias no cabo foram a TV Campus, operada pela Universidade Federal de Santa Maria, no estado do Rio Grande do Sul, e a televisão da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, que compartilha o Canal Universitário de São Paulo com outras universidades paulistanas (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 04). Em um canal compartilhado pode haver Instituições de Ensino Superior- IES com natureza e objetivos diferentes.

[...] não é fácil confortar tantos interesses em uma grade de programação, ainda mais porque a diversidade de configurações jurídicas das IES no Brasil é enorme. Há universidades públicas nas três instâncias (federal, estadual e municipal), instituições confessionais das mais variadas inspirações religiosas (católicas, presbiterianas, metodistas e todas as suas divisões internas), entidades filantrópicas (de fato, ou não) e privadas. E, certamente, cada uma delas, somadas às convicções pessoais da reitoria do momento, não auxilia na construção de um ser de comunhão que tem como principal missão justamente eclipsar seus mantenedores (MAGALHÃES, 2013, p. 11).

Com a Lei do Cabo, as Instituições de Ensino Superior se viram livres da burocracia e da escassez na concessão de canais educativos de TV aberta e encontraram

uma oportunidade de utilizar a televisão, como já vinham fazendo com as rádios e os jornais universitários. Entre 1995 e 2009 houve um salto de 755% na quantidade de televisões universitárias no país, sendo que o número de emissoras desse tipo passou de 20 para 151 (RAMALHO, 2010, p. 57). Com o avanço das tecnologias digitais, o Brasil assistiu também à explosão de outra modalidade de exibição das produções feitas dentro das universidades, centros universitários e faculdades: as web TVs em plataformas virtuais de compartilhamento de vídeos.

Com o crescimento do setor, os canais universitários começaram a se organizar e a realizar encontros setoriais. Em 1997 ocorreu o primeiro Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias na Universidade de Caxias do Sul- UCS, que reuniu 40 IES. No ano seguinte foi realizado o segundo Fórum, em conjunto com a Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais- Abepec, na cidade de Ouro Preto, Minas Gerais. Em 30 de outubro de 2000 foi fundada, em São Paulo, a Associação Brasileira de Televisão Universitária- ABTU, depois da negativa da Abepec de incorporar os canais universitários como integrantes da entidade (PREVEDELLO, 2013, p. 67).

Outra iniciativa promovida para integrar as televisões universitárias brasileiras foi a criação da Rede de Permuta de Conteúdos Audiovisuais via Internet- RedeIFES em 2003, na Universidade Federal do Paraná. Em 2008 ela foi aprovada pela Associação Nacional dos Dirigentes de Instituições Federais de Ensino Superior- Andifes, com o indicativo para implantação em todas as instituições federais de ensino superior. O modelo colaborativo sem uma “cabeça de rede” foi visto como mais adequado à realidade de emissoras com projetos editoriais e infraestrutura tecnológica tão diversos, e com mais possibilidade de garantir “acesso democrático à informação, a autonomia e as diversidades regionais”. No mesmo ano, a Secretaria de Educação Superior do Ministério da Educação investiu recursos para modernização dos serviços de tecnologia das emissoras universitárias federais, necessárias à criação da rede nacional (BOTELHO-FRANCISCO; DAHER; ESTRADA; ROCHA, 2016, p. 05-06).

O *Mapa 4.0 das TVs Universitárias Brasileiras* apontava que em 2020 existiam pelo menos 183 televisões universitárias transmitindo programação em concessões de sinal aberto, na TV a cabo e em canais na internet em funcionamento no Brasil. Foram identificadas 167 IES com produção própria, sendo que algumas instituições de ensino possuem mais de uma emissora universitária (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line). O estudo mostrou também que houve crescimento de 21% no número de

emissoras em relação ao mapa produzido por Ramalho (2010). Apesar da expansão, o número de instituições que compartilham sua produção na TV aberto, em canais a cabo e na internet representa menos de 7% das IES brasileiras, que somam 2.448, segundo o Censo da Educação Superior de 2017 (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line).

Do total de emissoras ligadas a IES encontradas na pesquisa 117 atuam na internet (64%); 51 transmitem por meio da TV a cabo (28%); 22 veiculam a sua programação pela TV aberta (12%) e 3 exibem conteúdo via circuito interno (1%); sendo que várias utilizam mais de um meio de transmissão. Ao analisar a localização geográfica das TVs universitárias, o *Mapa 4.0* apontou que 85 estão na região Sudeste (46%), 38 na região Sul (21%), 34 na região Nordeste (19%), 14 na região Centro-Oeste (8%) e 12 a região Norte (6%). Percebe-se, portanto, que as emissoras “concentram-se nas regiões Sudeste e Sul (67%), as quais possuem maior quantidade de IES” (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line).

Outro ponto importante a ser destacado é a veiculação institucional das TVs universitárias. A maior parte delas está ligada a universidades (66%) e uma porcentagem pequena está ligada aos centros universitários (16%), a faculdades (14%) – ambos os casos vedados pela Lei 8977- e aos institutos (4%). Em relação às universidades e institutos públicos é válido ressaltar que 29% atuam em âmbito federal, 11% são instituições estaduais e 4% municipais. No entanto, mais da metade das IES com TV universitária (56%) é ligada ao setor particular de ensino, sendo que 37% são instituições sem fins lucrativos (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line).

O último dado mostra como nas décadas seguintes ao estabelecimento da obrigatoriedade dos canais básicos, as empresas privadas dominaram os canais universitários, assim como já dominavam as concessões de radiodifusão. Isso ocorreu porque as instituições particulares possuem maior capacidade de investimento e autonomia de gerenciamento e conseguem se aproveitar do espaço de maneira mais rápida que as instituições públicas.

Independentemente de serem ligadas à IES públicas ou privadas, a administração das emissoras pode ser feita de formas distintas, pois não há uma lei que diga como o canal deve ser estruturado. A maneira como as emissoras são administradas está diretamente relacionada ao entendimento sobre as finalidades e objetivos das televisões universitárias que as equipes gestoras das instituições e das mantenedoras manifestam e pode ser alterada em decorrência de mudanças nessas equipes. Há televisões administradas por Fundações de Apoio e outras geridas

diretamente pelas instituições de ensino, respondendo à reitoria e às pró-reitorias, à assessoria de comunicação ou até mesmo à faculdade de comunicação social (RAMALHO, 2011). No último caso, as emissoras têm que enfrentar o entrave de dividir espaço com os laboratórios, não ter equipamentos e equipes suficientes para produzir em grande volume e não conseguir “ocupar todos os horários disponíveis com suas produções, o que gera uma grade de programação com um grande número de reprises” (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 07).

Assim como apontado anteriormente, o desenvolvimento da tecnologia digital e o barateamento dos processos de gravação e edição gerou um vertiginoso crescimento dos canais universitários em plataformas virtuais de compartilhamento. As televisões em sinal aberto ou na TV a cabo passaram a divulgar material também em canais virtuais; outras que antes transmitiam sua programação pela TV agora estão apenas na internet; e há ainda aquelas não têm recursos para operar uma concessão educativa ou canal universitário e por isso, já iniciaram sua produção divulgando conteúdo apenas no universo digital. O *Mapa 4.0* aponta que existem “180 canais no YouTube (98% do total das TVUs), 98 páginas do Facebook (53%), 48 do Instagram (26%) e 32 perfis no Twitter (17%). Além disso, o levantamento identificou que, do total de TVUs, 103 (56%) possuem site próprio” (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line).

## **1.2 As Definições da Televisão Universitária Brasileira**

As divergências conceituais e legais entre as concessões educativas, muitas geridas por Instituições de Ensino Superior, e os canais universitários resultam na dificuldade de delimitar o termo televisão universitária no Brasil. Apesar das emissoras ligadas às universidades federais no sinal aberto terem surgido primeiro, “a nomenclatura TV universitária ficou restrita aos canais universitários no âmbito da TV por assinatura ou por cabo surgidos depois de 1995” (SANTOS, 2019, p. 27). As anteriores se identificam mais com o termo emissora educativa e cultural.

Porcello (2002) corrobora com essa visão e aponta em sua obra principal, *TV Universitária: limites e possibilidades*, que as televisões universitárias são apenas os canais administrados por Instituições de Ensino Superior exibidos na TV a cabo. Já Magalhães amplia o conceito e define que a televisão universitária é aquela produzida por uma Instituição de Ensino Superior, pública ou privada; transmitida por radiodifusão educativa em sinal aberto, por canal universitário na TV a cabo, ou por

satélite, circuito interno e internet; e cuja programação seja voltada à educação, cultura e cidadania (p. 15). O que definiria o termo seria a ligação com uma instituição de ensino e não necessariamente um modelo de transmissão, desde que seja preservada a “programação contínua, formatada e com uma identidade própria” (MAGALHÃES, 2013, p. 11).

Apesar de expandir o conceito de TV universitária, Magalhães (2002) acaba por estreitar a noção a partir de outra perspectiva: a da obrigatoriedade de um tipo de programação que deve ser oferecido por essa modalidade de emissora. O autor acredita que uma emissora universitária deve ter programação contínua e com identidade própria, definição que parece se basear no modelo comercial de produção e que não leva em conta as especificidades das televisões ligadas a IES. Para estas é um desafio manter regularidade na programação por conta das instabilidades nas condições de produção, assim como é difícil criar uma identidade própria em canais compartilhados.

Ramalho (2010) também abarca sob o mesmo conceito as concessões educativas que estão nas mãos das universidades públicas ou de fundações de apoio e são regulamentadas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, e os canais universitários criados a partir da Lei do Cabo. Ela define a TV universitária como uma produtora de conteúdo ligada à instituição de ensino que oferece programação periódica e constante, independente da capacidade de produção e da plataforma de distribuição. Por outro lado, ela diferencia a televisão universitária do canal universitário, sendo que este se refere especificamente à TV a cabo e pode ser entendido como uma antena coletiva compartilhada por diferentes emissoras (p. 57).

O entendimento de que tanto as concessões educativas ligadas às Instituições de Ensino Superior quanto os canais universitários podem ser agrupados sob a mesma definição é adotado também pela ABTU, que compreende que a televisão universitária é produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, com a participação de estudantes, professores e funcionários. Essa televisão deve ter “programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento” e voltada para o “público interessado em cultura, informação e vida universitária”, no qual se inclui a comunidade acadêmica e aqueles que gravitam no seu entorno, como familiares, fornecedores, vestibulandos e gestores (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 05).

Para a Unesco (2001), mais que emissoras estudantis, as televisões universitárias são “a face da universidade, a expressão audiovisual de sua comunidade, de suas atividades e de seus projetos” e por isso, “busca-se fórmulas de integração efetiva de

estudantes, professores e funcionários ao esforço produtivo da televisão, para se obter uma programação que seja atraente, consistente e relevante” (p. 10).

No *Mapa 4.0 das TVs Universitárias Brasileiras* são apontadas seis características principais que definiriam quais emissoras podem ser assim classificadas. São elas: autointitulação e identidade própria; produção regular; ênfase em ensino, pesquisa e extensão; caráter formador; linguagem televisiva e vinculação a uma IES pública ou privada. Já os núcleos de produção que divulgam suas produções apenas por meio de plataformas virtuais de transmissão devem atender aos seguintes pré-requisitos: autointitulação; estar ativa no YouTube, com atualização frequente, pois não se trata de um mero repositório e ter conteúdo audiovisual não restrito à veiculação publicitária (MAGALHÃES; OLIVEIRA, 2020, on-line).

A partir da caracterização apresentada acima, é importante ressaltar que, assim como as universidades brasileiras estão ancoradas no tripé ensino, pesquisa e extensão, a TV universitária deve abarcar também as três áreas em sua concepção e programação.

O ensino se dá com o envolvimento de estudantes de Comunicação e áreas afins em procedimentos pedagógicos, formando profissionais aptos a promover o desenvolvimento de uma sociedade; a pesquisa está presente ao servir de centro de experimentação de novas linguagens em Comunicação e conseqüentemente oferecer alternativas à lógica do mercado, assim como a divulgação da ciência produzida na instituição; e ao cumprir a missão de servir aos interesses públicos e atender aos preceitos do direito à informação e à liberdade de expressão, unindo o papel social da comunicação e o da universidade, pode-se alcançar outra função importante: a extensão, que em última instância vem a ser a socialização do conhecimento gerado na academia e a inserção direta junto aos atores sociais, possibilitando o oferecimento de uma programação regional ética, plural e democrática, voltada à construção da cidadania e às produções culturais na e da comunidade em que está inserida (RAMALHO, 2013, p. 20).

Após apontar as diferentes definições acerca do termo, escolheu-se usar no desenvolvimento da presente pesquisa o entendimento de televisão universitária como todo núcleo de produção de conteúdo audiovisual ligado a uma IES, seja pública ou privada, que ofereça uma programação regular feita com a participação da comunidade universitária e profissionais de comunicação, independentemente da plataforma distribuição. No entanto, ao analisar a concepção e a produção de diferentes televisões universitárias brasileiras é possível identificar que as definições elencadas acima não se aplicam em sua totalidade ao grupo de emissoras. Por isso, o entendimento teórico sobre

elas não pode ser tomado como um requisito para excluir aquelas que ainda não alcançaram o patamar desejado, mas sim compreendido como um “dever ser”, como um caminho a ser trilhado pela TV universitária.

### **1.3 A Programação e o Financiamento da Televisão Universitária**

As dificuldades para manutenção das emissoras é um quadro geral das TVs universitárias, uma vez que a operação de um canal é uma atividade de alto custo, se comparada aos padrões de dispêndio normais das Instituições de Ensino Superior (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 07). Em decorrência disso, é possível notar na programação das emissoras um predomínio de produções que privilegiam a palavra, como entrevistas, debates e palestras, pois são gêneros que demandam menor custo financeiro (CALLIGARO, 2013, p. 30).

Apesar do desafio comum de manter as estruturas das emissoras em funcionamento, existe uma diferença significativa em relação ao financiamento entre as concessões de radiodifusão e os canais de carregamento obrigatório da TV a cabo.

No caso das emissoras educativas abertas, o decreto lei 236, de 1967, determina que “as Universidades [...] deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento”. Já as emissoras que veiculam seus programas através do cabo são reguladas pela norma nº 13, instituída pelo Ministério das Comunicações em 1996, que autoriza, de certa forma, financiamento externo dos canais universitários quando estabelece que “é vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita [...], sendo permitida, no entanto, a menção ao patrocínio de programas”. Não há nenhum instrumento regulador que diga quem, como e quando pode patrocinar, ficando a critério das instituições decidir quais são mais convenientes (CALLIGARO, 2013, p. 29).

Outro entrave na trajetória da TV Universitária é que as emissoras não sabem para quem falam, “se para o público em geral ou se apenas para a própria comunidade acadêmica”, pois são raras as pesquisas de aferição de audiência e há uma grande dificuldade “de posicionamento e definição de estratégias de programação” (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 07). Para Prevedello (2015) há ainda uma falta de identificação institucional e comunitária desses núcleos de produção como potenciais produtores de conteúdo local regionalizado (on-line).

Nesse cenário multifacetado é preciso apontar que há diferenciações também nos perfis editoriais das televisões universitárias. Elas oscilam entre as emissoras institucionais e que priorizam o trabalho de assessoria de comunicação; as televisões laboratório, que produzem ancoradas nas disciplinas dos cursos de comunicação, e um modelo híbrido que mescla as duas situações (PREVEDELLO, 2013, p. 87-88). Talvez por isso exista uma visão equivocada, tanto no meio universitário quanto na mídia brasileira, de que televisões universitárias têm produção imatura, irrelevante e tecnicamente limitada, que não poderia ultrapassar as fronteiras do processo formativo de estudantes de comunicação. Outra visão errada é que a programação deve ser de natureza estritamente educativa, sem desperdiçar tempo e recursos com conteúdo voltado para o entretenimento (PRIOLLI, 2008 apud ACCIOLY, 2009, p. 06).

As diferenças encontradas na gestão e nos perfis editoriais ocorrem porque cada uma delas tem suas especificidades e segue os regimentos internos das instituições.

A falta de um modelo de gestão pode ser observada também pelo modo como essas TVs foram constituídas e estão subordinadas a diferentes departamentos da universidade. Algumas TVs estão ligadas às reitorias, outras às assessorias de imprensa ou aos cursos de comunicação, gerando diferentes objetivos. Esses objetivos influenciam diretamente na programação de uma TV, que passa a ser uma produtora da universidade com o propósito de veiculação apenas de conteúdos produzidos em seus campi. Em outros casos, as TVs são utilizadas como ferramenta de aprendizagem dos alunos de jornalismo e escoamento da produção acadêmica laboratorial, e tem ainda as TVs que são vistas apenas como instrumento de marketing da IES (MARTELLI, 2012, p. 91).

As televisões universitárias formam um mosaico dinâmico e são reflexo de suas instituições de ensino, que têm configurações jurídicas distintas e diferentes vocações de ensino. Um ponto que parece uni-las é que o caminho é trilhado na contraposição do modelo hegemônico, mas nunca o negando ou deixando de usá-lo (MAGALHÃES, 2009, on-line). Esse tipo de emissora se configura como um contraponto, um antirreferencial, um lugar no qual a prioridade é a integração e a comunicação na acepção correta de “colocar em comum” (MAGALHÃES, 2002, p. 50). Ao se distanciar do sistema comercial as emissoras ligadas às IES, que transmitem sua programação em sinal aberto e na TV a cabo, acabam por ser enquadradas do Campo Público de Televisão no Brasil, mesmo que a aproximação seja apenas conceitual.

As emissoras entendidas como públicas são aquelas que não têm finalidade comercial, mantêm autonomia mínima em relação a mercados e governos e são

financiadas a partir de múltiplas fontes. Esta modalidade deve contar com a participação da sociedade civil e promover a formação crítica do cidadão, a partir de um conteúdo socialmente abrangente, que exponha a diversidade de opiniões e promova o debate de questões de relevância social por meio de diferentes abordagens (CURADO; BIANCO, 2014).

Na Carta de Ouro Preto, escrita em 1998, ao final do II Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, ficou definido que a televisão educativa, cultural e universitária tem caráter eminentemente público, sem finalidades comerciais, visa a formação de cidadãos críticos e conscientes de sua participação na construção de uma sociedade mais justa e solidária, e tem programação comprometida com a educação, a cultura e a informação, que respeita a pluralidade das manifestações culturais e estimula a produção local e regional (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 12). A constituição e as finalidades das TVs universitárias foram reafirmadas na Carta de Florianópolis, de 2003, a qual acrescentou que tais emissoras também se constituem em um espaço para a pesquisa e experimentação de novas linguagens, formatos e narrativas e que contribui criticamente para a formação de um novo profissional de comunicação (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 15).

O caráter público das TVs universitárias determina que esses canais tenham como dever pensar no interesse do cidadão e um local privilegiado para a difusão dos conhecimentos e reflexões produzidos na universidade (CALLIGARO, 2013, p. 28). Isso se daria mesmo em emissoras ligadas a instituições privadas, pois elas operam com espírito público, uma vez que são proibidas de comercializar sua programação e podem oferecer “noticiário, entretenimento, lazer e debates críticos sobre temas que interessam à sociedade e que não são privilegiados pelas emissoras comerciais”, as quais seguem a lógica do mercado ou do poder político (TORVES, 2007, p. 98-99).

Entretanto, a caracterização de emissoras ligadas a Instituições de Ensino Superior privadas como emissoras públicas é questionada por diferentes autores brasileiros. Porcello (2002) considera que as televisões universitárias- apenas aquelas exibidas por operadoras a cabo- são quase públicas, já que o empreendimento seria privado, mas o conteúdo editorial se aproximaria das televisões não comerciais (p. 08-09). De forma contrária, Prevedello aponta que algumas emissoras ligadas a instituições privadas ocupam canais de acesso público sem que haja condição legal.

A Lei 8977 determina que somente podem ser contempladas com o canal universitário as instituições que estejam reconhecidas como universidades, o que significa a conjugação das atividades de ensino, pesquisa e extensão. Faculdades e centros universitários, não são, portanto, passíveis do direito de ocupar o canal universitário, mas acabaram beneficiadas por acordos políticos entre grupos de entidades que administram as operações. Para além dessa ilegalidade, a legislação estabelece que essas emissoras têm de estar ligadas e mantidas por instituições sem fins lucrativos, o que não se aplica a várias das instituições que ocupam esses espaços. Não é plausível, portanto, em casos como estes, associar imediatamente o caráter público à TV universitária (PREVEDELLO, 2015, on-line).

Por causa das questões relacionadas à natureza das emissoras e a sua programação, Oliveira (2017) afirma que a TV universitária só é sinônimo de TV pública quando está vinculada a uma universidade pública/estatal, a qual se encontra dissociada do interesse comercial. Elas estariam em oposição às TVs ligadas às IES privadas, “comprometidas com os interesses da mantenedora” (p. 06).

#### **1.4 A Televisão Universitária no Sinal Aberto e na TV a Cabo**

Para o desenvolvimento da presente análise foi necessário realizar uma pesquisa exploratória própria para identificar quantas e quais são as televisões universitárias que exibem conteúdo em sinal aberto e na TV a cabo. Na sequência, foi preciso observar qual o tipo de conteúdo jornalístico exibido por elas. A coleta de dados se deu por meio de um levantamento dos canais ligados à Instituições de Ensino Superior que estão em funcionamento no sinal aberto e na TV paga, finalizado no segundo semestre de 2021.

Inicialmente foi realizada uma checagem na lista disponibilizada pelo Ministério da Educação das Instituições de Ensino Superior no Brasil, públicas e privadas; e a partir daí foi possível identificar quais delas geriam emissoras de TV. Além disso, buscou-se os canais de instituições públicas (estaduais e municipais) e privadas (filantrópicas, confessionais e comunitárias) integrantes da ABTU ou afiliados ao Canal Futura, TV Brasil, TV Cultura ou Rede Minas. Foi possível encontrar 71 emissoras ligadas às IES privadas e públicas em sinal aberto ou TV a cabo.

Para o presente estudo define-se como televisão universitária cada um dos núcleos de produção, seguindo a definição de Ramalho (2010). Dessa maneira, foram contabilizadas individualmente as diferentes emissoras que integram um canal compartilhado na TV a cabo e os diferentes núcleos de produção geridos pela mesma

universidade, mas não foram incluídos aqueles que veiculam programas em emissoras de TV e não tem concessão própria ou não fazem parte de um canal universitário.

**Tabela 1: Televisões universitárias em sinal aberto e na TV a cabo**

<b>TVs Universitárias</b>					
	<b>Instituição</b>	<b>Natureza</b>	<b>Gestão</b>	<b>Nome/ Exibição</b>	<b>Afiliação</b>
<b>Amazonas</b>					
01	Universidade Federal do Amazonas	Pública	Proext	TV UFAM Cabo	Parceria Futura
<b>Bahia</b>					
02	Universidade Federal da Bahia	Pública	Ass. de Comunicação	TV UFBA Cabo	Parceria Futura
03	Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia	Pública		TV UESB Aberto/ Cabo	TV Brasil
<b>Ceará</b>					
04	Universidade de Fortaleza	Privada		TV UNIFOR Cabo	Parceria Futura
<b>Distrito Federal</b>					
05	Universidade de Brasília	Pública	Reitoria	UnBTV Canal Universitário de Brasília	Parceria Futura
<b>Espírito Santo</b>					
06	Universidade Federal do Espírito Santo	Pública	Super. de Comunicação	TV Ufes Canal Universitário de Vitória	
07	Universidade de Vila Velha	Privada		UVV TV Aberto	Parceria Futura
08	Centro Universitário Espírito-Santense	Privada		TV Faesa Aberto	
<b>Goiás</b>					
09	Universidade Federal de Goiás	Pública	Fundação RTVE	TV UFG Aberto/ Cabo	TV Brasil Parceria Futura
10	Pontifícia Universidade Católica de Goiás	Privada	Sociedade Goiana de Cultura	PUC TV Goiás Aberto/ Cabo	TV Aparecida
<b>Maranhão</b>					
11	Universidade Federal do Maranhão	Pública		TV UFMA Aberto	TV Cultura
<b>Mato Grosso</b>					

12	Universidade Federal do Mato Grosso	Pública		TV Universidade Aberto	TV Brasil
<b>Mato Grosso do Sul</b>					
13	Universidade Federal do Mato Grosso do Sul	Pública	Agecom	TV UFMS Canal Universitário de Campo Grande Aberto	Parceria Futura
14	Universidade Anhanguera	Privada	Fac. de Comunicação	TV Pantanal Uniderp Canal Universitário de Campo Grande	
15	Universidade Católica Dom Bosco	Privada	Fac. de Comunicação	TV UCDB Canal Universitário de Campo Grande	
<b>Minas Gerais</b>					
16	Universidade Federal de Minas Gerais	Pública	Centro de Comunicação	TV UFMG Canal Universitário de Belo Horizonte	Parceria Futura
17	Faculdade Promove	Privada		TV Promove Canal Universitário de Belo Horizonte	
18	Universidade Federal de Uberlândia	Pública	Fundação RTU	TV Universitária de Uberlândia Aberto	TV Cultura
19	Universidade Federal de Viçosa	Pública	Fratevi	TV Viçosa Aberto/ Cabo	Rede Minas/ TV Brasil
20	Universidade Federal de Ouro Preto	Pública	Feop / Acerp	TV UFOP Aberto	Rede Minas Parceria Futura
21	Universidade José do Rosário Vellano	Privada		TV Alfenas Aberto/ Cabo	
22	Centro Universitário do Leste de Minas Gerais	Privada		UniBH TV Canal Universitário de Belo Horizonte	
23	Universidade Vale do Rio Doce	Privada	FPF	Univale TV Cabo	
24	Faculdade de Ciências	Privada		DOCTUMTV	

	Ambientais de Caratinga – DOCTUM			Aberta	
25	Centro Universitário de Caratinga	Privada	FUNEC	UNEC TV Cabo	
<b>Paraíba</b>					
26	Universidade Federal da Paraíba	Pública	Super. de Comunicação	TV UFPB Aberto	TV Brasil
27	Centro Universitário Facisa	Privada	Fundação Pedro Américo	TV Itararé Aberto	TV Cultura
<b>Paraná</b>					
28	Universidade Estadual de Londrina	Pública	Vice-Reitoria	TV UEL Aberto	TVE Paraná
29	Universidade Estadual de Maringá	Pública		UEM TV Cabo	
30	Centro Universitário de Maringá	Privada		TV Unicesumar Aberto/Cabo	Futura
31	Universidade Paranaense	Privada	Fundação Cândido Garcia	UP TV Aberto/ Cabo	Futura
32	Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz	Privada		FAG TV Cabo	
<b>Pernambuco</b>					
33	Universidade Federal de Pernambuco	Pública	NTVRU-suplementar	TVU Recife Aberto	TV Brasil Parceria Futura
<b>Rio de Janeiro</b>					
34	Universidade Federal Fluminense	Pública	Sup. de Comunicação	Unitevê UFF Canal Universitário de Niterói	Parceria Futura
35	Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro	Pública	Pró-Reitoria de Extensão e Cultura	Canal Universitário do Rio de Janeiro – UTV	
36	Universidade Salgado de Oliveira- Niterói	Privada	Fundação Universo	TV Universo Aberto	TV Cultura
<b>Rio Grande do Norte</b>					
37	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	Pública	Sup. de Comunicação	TVU Rio Grande do Norte Aberto/ Cabo	TV Brasil
38	Universidade Estadual do Rio Grande do Norte	Pública	Dep. de Comunicação	UERN TV Cabo	Futura

<b>Rio Grande do Sul</b>					
39	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	Pública		UFRGS TV (UniTV) Cabo	
40	Universidade Federal do Rio Grande	Pública		FURG TV Cabo	
41	Universidade Federal de Santa Maria	Pública	Coord. Comunicação	TV Campus Canal Universitário de Santa Maria	
42	Universidade Franciscana	Privada		UFN TV Canal Universitário de Santa Maria	
43	Universidade Luterana do Brasil	Privada		Ulbra TV Aberto/ Cabo	TV Cultura
44	Federação de Estabelecimentos de Ensino Superior em Novo Hamburgo	Privada	Lab. de Comunicação	TV Feevale Canal Universitário de Novo Hamburgo	Futura
45	Universidade do Vale do Itajaí	Privada		TV Univali Cabo	Futura
46	Universidade de Passo Fundo	Privada	FUPF	UPF TV Aberto/ Cabo	TV Cultura
47	Universidade de Santa Cruz do Sul	Comunitária	Fundação TeleUnisc	Unisc TV Canal Universitário de Santa Cruz do Sul	Futura
48	Universidade Católica de Pelotas	Privada		TV Ucpel Cabo	Futura
49	Universidade do Vale do Taquari	Comunitária	Cursos de Comunicação	TV Univates Cabo	
50	Universidade de Cruz Alta	Comunitária		Unicruz TV Cabo	
51	Universidade Comunitária Regional de Chapecó	Comunitária		TV UNO Cabo	
<b>Roraima</b>					
52	Universidade Federal de Roraima	Pública	Coord. de Comunicação	TV UFRR Aberto	TV Brasil

<b>Santa Catarina</b>					
53	Universidade Federal de Santa Catarina	Pública	Dir. de Comunicação	TV UFSC Aberto/ Cabo	TV Brasil
54	Universidade Regional de Blumenau	Comunitária		FURB TV Aberto/ Cabo	TV Cultura
55	Universidade do Sul de Santa Catarina	Comunitária	Fundação UNISUL	Unisul TV (UniTV) Aberto/ Cabo	TV Cultura
<b>São Paulo</b>					
56	Universidade de São Paulo- Campus Bauru	Pública		TV USP Bauru Aberto/ Cabo	TV Câmara
57	Universidade Estadual Paulista	Pública	CRTVCE	TV Unesp Aberto/ Cabo	TV Cultura
58	Universidade Virtual do Estado de São Paulo	Pública	Fundação Padre Anchieta	TV Univesp Aberto/ Cabo	TV Cultura
59	Pontificia Universidade Católica de São Paulo	Privada	Reitoria	TV PUC SP Canal Universitário de São Paulo	Parceria Futura
60	Universidade Paulista	Privada		TV Unip Canal Universitário de São Paulo	
61	Universidade de Mogi das Cruzes	Privada		TV UMC Canal Universitário de São Paulo	
62	Universidade Católica de Santos	Privada		TV Unisantos Aberto/ Cabo	TV Brasil
63	Universidade Metodista de Piracicaba	Privada		TV Unimep Canal Universitário de Piracicaba	Parceria Futura
64	USP Piracicaba	Pública		TV USP Piracicaba Canal Universitário de Piracicaba	Parceria Futura
65	Centro Universitário de Votuporanga	Privada	Frev	TV Unifev Aberto	TV Brasil
66	Universidade de Santa Cecília	Privada		Santa Cecília TV	

				Cabo	
67	Universidade de Ribeirão Preto	Privada		TV Unaerp Canal Universitário de Ribeirão Preto	Parceria Futura
68	Universidade do Vale do Paraíba	Privada		TV Univap  Cabo	Futura
69	Fundação Universitária Vida Cristã	Privada	FUNVIC	TV RVC  Cabo	
70	Fundação Educacional do Município de Assis	Privada	Fema	Fema TV  Cabo	
<b>Tocantins</b>					
71	Universidade Estadual do Tocantins	Pública	Fundação Unitins	TVE Unitins  Aberto	

Fonte: Elaborada pela autora.

Durante a pesquisa constatou-se que importantes emissoras universitárias saíram do ar recentemente, seja por descontinuidade do projeto ou por impossibilidade de migrar para a tecnologia digital, como aquelas ligadas à UNEB, UFTM, UFLA, Unicamp e UCS. Outras emissoras mudaram seu projeto e não são mais TVs universitárias, esse é o caso da TV Unisinos, que agora é TV Canção Nova RS, e a PUC Minas, que se transformou em uma produtora audiovisual de conteúdos digitais.

As emissoras universitárias encontradas estão ligadas a duas categorias de Instituições de Ensino Superior: públicas, federais ou estaduais; e privadas, que agregam as comunitárias e as filantrópicas. A partir dos dados levantados nota-se que a maior parte das televisões universitárias pertencem a instituições privadas, sendo 40 no total; destas seis são comunitárias e estão localizadas na região Sul. As outras 31 emissoras estão ligadas a universidades públicas, sendo 22 federais e nove estaduais.

Pelas informações obtidas nos veículos oficiais das instituições na internet não foi possível identificar qual o tipo de administração existente em cada uma das televisões. Dentre as que disponibilizavam tal informação constata-se que a maioria está ligada diretamente à estrutura das universidades, principalmente aos órgãos de comunicação institucional. Poucas têm ligação direta com reitorias, pró-reitorias ou cursos de comunicação. As fundações privadas sem fins lucrativos também têm papel importante na gestão das televisões universitárias, sendo que 17 estão ligadas à administração de emissoras.

O estado onde mais se investiu na criação de televisões universitárias foi São Paulo, com 15 emissoras, seguido de perto pelo Rio Grande do Sul, que conta com 13 canais. Em relação às diferentes regiões do país, a maioria das televisões universitárias estão no Sudeste (31) e no Sul (21); o que representa 72,22 % das televisões universitárias. Na região Sul há um dado significativo: esses canais transmitem conteúdo principalmente na TV paga e estão espalhados pelo interior do estado. Diferente do que ocorre nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, que contam com apenas 19 canais universitários, o que representa os outros 26,38 % do total.

Por esse mapeamento também pode-se perceber que 37 televisões universitárias estão exclusivamente na TV a cabo, ou seja, mais da metade do número total de emissoras. Outras 22 emissoras disponibilizam a programação tanto em canais abertos quanto na TV paga e as 12 televisões restantes estão apenas na TV aberta. Apesar de os canais universitários serem antenas compartilhadas, cuja programação pode ser dividida entre vários produtores de conteúdo, foi possível identificar apenas quatro canais utilizados por mais de uma televisão universitária, os de Belo Horizonte, de Campo Grande, de Santa Maria e de São Paulo.

A partir dos dados encontrados é possível apontar que não há uma rede consolidada de televisões universitárias, sendo que apenas 30 delas estão ligadas a uma emissora nacional. Dessas, 11 retransmitem conteúdo da TV Brasil, que encabeça a Rede Nacional de Comunicação Pública de Televisão - RNCP/TV; 10 exibem conteúdo da TV Cultura; e oito fazem a retransmissão do sinal do Canal Futura, emissora educativa privada e ligada à Fundação Roberto Marinho. O Futura também estabelece parcerias de troca de conteúdos com 15 universidades públicas e privadas.

O uso das ferramentas disponibilizadas pela internet ainda tem se mostrado tímido dentre as emissoras universitárias. No momento do levantamento, nove canais mantinham transmissão por *streaming* e apenas dois disponibilizavam aplicativos para celular. Por outro lado, a maioria das instituições não divulga conteúdos pensados para plataformas digitais, apenas retransmite a programação da TV. Além disso, muitos sites estão com conteúdo desatualizado, até mesmo aquele que se refere a informações essenciais, como sintonia dos canais e programação.

## 1.5 A Televisão Universitária como Objeto de Pesquisa

Para compreender como se constitui o telejornalismo das emissoras ligadas a Instituições de Ensino Superior brasileiras é preciso entender o estágio de desenvolvimento em que se encontram os estudos acadêmicos acerca do objeto. Como este se insere dentro de um contexto mais amplo, que é a própria TV universitária, também foram analisadas as pesquisas que abordam tais emissoras a partir de diferentes perspectivas. Para tanto, foi essencial buscar bibliografia sobre televisão pública e universitária no Brasil e na América Latina e os estudos acadêmicos desenvolvidos acerca da televisão universitária brasileira até o ano de 2019.

No debate acerca da radiodifusão na América Latina podemos destacar como obras centrais para tratar da televisão educativa ou universitária livros como *Televisão pública: do consumidor ao cidadão* (2002), organizada por Omar Rincón, e *Os exercícios do ver, escrita* por Jesús Martín-Barbero e German Rey (2002). No Brasil, a produção científica sobre a temática ganhou novo impulso com a criação da TV Brasil, emissora de caráter público gerida pela Empresa Brasil de Comunicação- EBC. Autores como Teresa Otondo (*TV Pública para Quem e para Quê?*, 2008), Jonas Valente (*A TV Pública no Brasil*, 2009), Iluska Coutinho (*A Informação na TV Pública*, 2013) e Eugênio Bucci (*O Estado de Narciso*, 2015) se debruçaram sobre as novas perspectivas trazidas pelo veículo e pela criação da RNCP/TV.

Os objetivos e as definições da TV universitária também são foco de análises divulgadas pela ABTU. Ao longo das últimas décadas a associação se tornou uma importante produtora de teoria e produziu obras introdutórias sobre os canais universitários, como o *Manual para uma TV Universitária* (2002) e a cartilha sobre captação de recursos *TV Universitária e Sustentabilidade* (2011). Além disso, divulgou diagnósticos do setor, como o relatório *A Televisão Universitária no Brasil – os meios de comunicação nas Instituições Universitárias da América Latina e Caribe* (2004) e os *Mapas da TV Universitária Brasileira* (2010; 2020); e discussões teóricas disponibilizadas nos *Anais do XIII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária* (2013) e em oito edições da Revista ABTU – TV Universitária + TV Pública (de 2013 a 2020).

Outras fontes indispensáveis para o estudo da TV universitária no Brasil são documentos produzidos sobre comunicação pública pela Unesco, pelo Coletivo Intervezes e pelo Fórum Nacional de TVs Públicas. Também é importante destacar a

legislação que trata da radiodifusão e da cabodifusão no país, como o Código Brasileiro de Telecomunicações, o Decreto-Lei nº 236, a Lei do Cabo e a Lei da TV Paga.

O interesse pelas TVs ligadas às IES levou pesquisadores, principalmente da área de comunicação, a desbravarem os estudos sobre a expansão dos canais universitários. Dentre eles estão Flávio Porcello (2002), Alzimar Ramalho (2011; 2013) e Donesca Calligaro (2007; 2013), e dois dos fundadores da Associação Brasileira de TV Universitária, Cláudio Magalhães (2002; 2009; 2013; 2020) e Gabriel Priolli (2007; 2008). A maior parte da produção consiste em artigos e trabalhos acadêmicos.

Um dos raros livros publicados sobre o tema é *TV Universitária: limites e possibilidades*, de Flávio Porcello, de 2002. Nesse trabalho pioneiro são desenvolvidas análises do campo recém-criado e feitas propostas para melhoria da produção da TV universitária, definida pelo autor como regional e segmentada, cuja principal função é aproximar a universidade da população, melhorando o nível educativo e cultural desta (PORCELLO, 2002, p. 91-92).

Já o trabalho mais recente sobre a televisão universitária no Brasil foi publicado em 2020 pela ABTU, em parceria com a Universidade de Brasília- UnB, e produzido pelos pesquisadores Cláudio Magalhães e Ricardo Oliveira. O *Mapa 4.0* traça um panorama do setor e aponta o número de núcleos existentes na TV aberta, em canais a cabo e na internet, além de mostrar a localização geográfica, a vinculação institucional, os meios de transmissão e o uso de redes sociais.

Para compreender de forma mais aprofundada quais caminhos a pesquisa sobre TV Universitária tem percorrido no Brasil nas duas últimas décadas, buscou-se as pesquisas mais recentes. O levantamento foi realizado no segundo semestre de 2019 no portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior- Capes e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações- BDTD, utilizando-se do termo “TV universitária”. Foi possível encontrar 13 dissertações e quatro teses que abordaram a constituição, gestão ou programação das emissoras ligadas a Instituições de Ensino Superior em programas de pós-graduação desde 2006.

Foram deixadas fora do levantamento pesquisas que tratavam de estratégias de marketing e do gerenciamento das redes sociais das TVs, ou que usavam as televisões educativas apenas como local para a pesquisa de outros objetos. Além disso, uma das teses encontradas também não foi analisada na revisão de literatura que se segue, pois estava focada nas web TVs.

Um dos primeiros apontamentos gerados pela pesquisa e que merece destaque é o pequeno número de autores que abordam a temática, os quais, em sua maioria, estão ou já estiveram ligados a uma televisão universitária.

[...] as obras de referência continuam sendo as mesmas, de um mesmo grupo de autores [...] O que corrobora o fato de que estão estudando TV universitária aqueles que, de alguma forma, se veem ligados a elas – muitas vezes por um vínculo profissional. Essa conclusão pode ser comprovada pelos currículos dos pesquisadores mais citados: Gabriel Priolli implantou e dirigiu o Canal Universitário de São Paulo, foi diretor-geral da TV PUC, fundador da ABTU e presidente da entidade por dez anos; Cláudio Márcio Magalhães foi coordenador de TV Uni-BH Inconfidentes de 1996 a 2006, fundador da ABTU, vice-presidente da entidade de 2000 a 2008 e presidente de 2008 a 2012; Alzimar Ramalho vem pesquisando o segmento da TV Universitária como parte do campo da TV Pública desde 2003, tendo sido o objeto de sua monografia de especialização, dissertação de mestrado e tese de doutorado, além de ser diretora de jornalismo da TV Fema, da Fundação Educacional do Município de Assis, desde 2008 (DIAS, p. 41, 2016).

A partir da revisão de literatura constatou-se que nas pesquisas acadêmicas há diferentes interpretações acerca da constituição e do papel das emissoras universitárias. Os papéis atribuídos às TV ligadas a Instituições de Ensino Superior nas pesquisas acadêmicas encontradas são: a) todas as televisões, sejam administradas por instituições públicas ou privadas, são veículos de radiodifusão pública; b) as emissoras geridas por instituições privadas não podem ser entendidas como TVs públicas; c) são espaços de aprendizagem para estudantes de comunicação e d) estão na interface entre comunicação e educação.

O entendimento de que esses canais são veículos de radiodifusão pública move a abordagem de Donesca Calligaro, autora da dissertação *TVs Universitárias: um panorama das emissoras no Rio Grande do Sul* (2007). Ao analisar a história, a estrutura e a programação de 11 canais de TV ligados a universidades da região, a autora busca traçar o perfil das emissoras. Ao final, conclui que a disseminação das emissoras universitárias era recente naquele momento, mas que as instituições começavam a investir no projeto e valorizar o fazer televisivo.

Na tese *O Perfil da TV Universitária e uma Proposta de Programação Interativa* (2010), a pesquisadora Alzimar Rodrigues Ramalho compreende que as emissoras universitárias são integrantes do Campo Público de Televisão no Brasil, o qual é

comparado com sistemas públicos consolidados mundialmente. O trabalho desenvolve um panorama abrangente e aprofundado sobre a televisão universitária brasileira, que serviu como base para pesquisas posteriores. Além de emissoras públicas de televisão, as TVs universitárias são entendidas também como veículos de comunicação locais na dissertação *Uma TV Universitária Pública na Era da Cultura da Convergência: estudo de caso da TVU RN e a relação com a segunda tela* (2018), de Isabelle Ferret Badiali.

Vilma Silva Lima (2011) analisa a TV universitária como constituinte do campo público, mas desenvolve um olhar mais crítico em relação a ela. Na tese *As Regras da TV Universitária: lutas para a constituição de um campo*, ela analisa as relações entre os campos universitário e o televisivo e as tensões que se criaram para a constituição de um segmento televisivo universitário. Ao abordar a trajetória do primeiro canal universitário do país a fazer uso da Lei da TV a Cabo, o Canal Universitário de São Paulo- CNU-SP, a autora conclui que, por serem financiadas pelas instituições de ensino, as emissoras universitárias acabam sendo utilizadas como parte do marketing institucional, o que inviabilizou a consolidação do campo. A TV universitária seria um subcampo do campo universitário, apesar de sofrer influências do campo televisivo.

As TVs ligadas a IES no Brasil também são compreendidas como emissoras de caráter público por Flávia Cortese Martelli na dissertação *TV Universitária, um Modelo de Gestão em Construção: TV Unaerp de Ribeirão Preto* (2012). No trabalho, ela analisa uma televisão gerida por uma universidade privada para compreender como os modelos de negócio e as leis que regulamentam o setor afetam o desenvolvimento e a manutenção dessa emissora. Ao longo da pesquisa ela traça um panorama sobre as televisões universitárias e aponta que não existe um padrão de gestão e muito menos de programação. Com isso, conclui-se que a TV universitária tem pela frente grandes desafios, como ser reconhecida pela comunidade acadêmica e pela sociedade, garantir sua manutenção e consolidar-se no campo público.

Já a pesquisadora Carine Prevedello faz uma clara distinção entre as televisões universitárias ligadas às instituições públicas e aquelas administradas por empresas privadas. Na tese *Televisões universitárias público-estatais: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização no interior do Brasil* (2013), ela associa as finalidades públicas apenas às TVs geridas por universidades federais, estaduais e regionais públicas, as quais ela denomina de TVs universitárias público-estatais. A autora aponta que existe uma contradição entre a propriedade privada das emissoras e a característica de serviço público que elas deveriam prestar. Ao analisar televisões universitárias

ligadas à IES públicas em oito cidades do interior do país e os respectivos processos de digitalização, ela salienta a relevância desses espaços para o incremento da produção local e para a garantia da pluralidade de vozes.

Entendimento semelhante é demonstrado por Santos (2019) no livro *A TV Pública não Pública: as televisões não comerciais no Brasil*, no qual analisa o cenário da comunicação não comercial em Santa Catarina e concluiu que a única emissora desse tipo que pode realmente ser considerada pública é a TV UFSC, por ter sido criada e mantida exclusivamente com verbas públicas. O autor salienta que por mais que as emissoras ligadas às instituições particulares sejam capazes de prestar relevantes serviços às comunidades onde estão situadas, não podem ser consideradas públicas na essência (SANTOS, 2019, p. 240-241)

Em análise semelhante, Prevedello (2013) compreende as televisões universitárias ligadas às instituições federais como um dos segmentos potenciais para a democratização do país. E, por isso, ela tece críticas em relação à predominância de canais comerciais no sinal aberto gratuito e a disponibilização de canais de acesso público na TV paga. A crítica também se volta para a legislação que permite que instituições privadas usufruam, e dominem, um espaço que poderia ser utilizado para a comunicação pública, como é o caso dos canais universitários na TV a cabo. Para a autora, essa contradição seria mais uma mostra da dominação do modelo neoliberal sobre a telecomunicação no Brasil.

A TV universitária também é definida como uma instância que pode contribuir para a democratização da comunicação e para a constituição da cidadania ativa dos indivíduos pela pesquisadora Ana Paula Vieira de Souza Dias em *As TVs Universitárias no Contexto das Indústrias Culturais e Midiáticas: o desafio conceitual e a busca de um modelo* (2016). Diferente das abordagens anteriores, a autora considera que essas emissoras estão situadas na interface entre Comunicação e Educação, e por isso devem ser analisadas sob a perspectiva da Educomunicação.

O cruzamento dos caminhos da educação com a comunicação, entendidos como direitos fundamentais, é a perspectiva adotada por Fabiano de Moura Goulart para analisar o canal gerido pela UFU na dissertação *Radiodifusão Educativa no Ensino Superior- TV Educativa da Universidade Federal de Uberlândia percepções e perspectivas* (2012). O autor enfatiza o caráter educativo da emissora mineira e busca mensurar o impacto social da TVU na realidade concreta. No final da análise, o autor aponta que TVs universitárias no ensino superior não vêm cumprindo satisfatoriamente

seus propósitos constitucionais devido à ausência de recursos públicos; interferência de interesses mercadológicos; falta de compreensão sobre a função e importância no interior das instituições; e significativa resistência do corpo docente à utilização pedagógica das tecnologias de comunicação.

Partindo de outra perspectiva estão os autores que entendem que as TVs universitárias são canais ligados à formação dos telespectadores, ou como espaço de aprendizagem para estudantes de comunicação. Isso fica claro nos trabalhos desenvolvidos no mestrado em Educação da Universidade Estácio de Sá e orientados por Mônica Rabello de Castro: *Os Modos de Endereçamento e a Formação do Telespectador na TV Universitária* (2006), de Lucimar da Silva Carvalho; *Televisão Universitária como Ambiente de Aprendizagem* (2006), de Ricardo Nespoli Coutinho; e *Jornalismo Educativo: da teoria à prática na TV universitária* (2008), de Cintia Neves de Azambuja.

Carvalho (2006) investiga como os responsáveis pela programação das televisões universitárias do Rio de Janeiro endereçam seu conteúdo para o público e como investem na formação do telespectador. Os resultados sugerem que as grades são preparadas com o objetivo de formar os estudantes dos cursos de comunicação e atrair novos alunos para a universidade, invés de atender as expectativas de um público idealizado. Outra conclusão esclarecedora é que os diferentes sujeitos envolvidos na produção das emissoras têm visões diferentes sobre suas finalidades e seus objetivos.

Já Coutinho (2006) analisa duas televisões universitárias a partir do conceito de ambiente de aprendizagem e se utiliza de entrevistas com professores e alunos. Assim como o estudo anterior, ele aponta a existência de uma diversidade de concepções dos participantes em relação às emissoras. Os resultados mostram ainda que o conhecimento científico acumulado sobre televisão é desconsiderado pelas TVs, as quais ainda não teriam conseguido desenvolver um laboratório de pesquisa de novos formatos e linguagens para a televisão brasileira.

Já Azambuja (2008) busca verificar como os futuros jornalistas estão sendo preparados para produzir Jornalismo Educativo e como os profissionais que atuam com estes estudantes no canal de Televisão Universitária no Rio de Janeiro concebem e aplicam esse conceito. A autora verificou que o Jornalismo Educativo é um termo desconhecido no meio acadêmico e que os temas para as pautas são levantados a partir de interesses pessoais e não de interesses coletivos, o que evidenciaria pouco conhecimento sobre a responsabilidade educativa e social do jornalista.

Assim como ocorre com a definição das finalidades na TV universitária, as concepções diversas trazidas pelos estudos acadêmicos deixam claro que não há consenso sobre o telejornalismo produzido pelas emissoras. Os autores analisam o jornalismo dessas TVs a partir dos seguintes conceitos: a) Jornalismo Público; b) Jornalismo Científico; c) Jornalismo Educativo

O trabalho *Jornalismo Público em Questão: uma análise do TVU Notícias* (2015), de Maria Gorete Gurgel, por exemplo, relaciona a produção desses canais com o conceito norte-americano de Jornalismo Público ou Jornalismo Cívico. Ao analisar o telejornal diário da emissora ligada à UFRN, a autora busca compreender se as escolhas dos assuntos e da angulação das matérias contribuí para a formação cidadã dos seus telespectadores e conclui que as temáticas são de interesse público, mas carecem de contextualização e pluralidade de vozes.

Já a dissertação *Jornal de Quem? Um estudo de caso sobre o Nosso Jornal, da TV Universitária do Recife* (2012), de Haymone Leal Ferreira Neto, toma o mesmo objeto que Gurgel, mas aborda o telejornal por meio de outra perspectiva; a partir dos princípios do jornalismo trazidos pela legislação do setor e por documentos da Unesco referentes ao funcionamento dos serviços públicos de radiodifusão. O autor defende que a produção jornalística das TVs universitárias deve estar voltada para o interesse público, abordando o telespectador como cidadão e não como consumidor, uma vez que a televisão universitária é entendida como TV pública. O autor é o que mais avança na busca por quais requisitos seriam necessários para que o jornalismo dessas emissoras se adequasse aos preceitos da radiodifusão pública.

O foco da dissertação *A Produção de Programas de Jornalismo em TVs Universitárias* (2013), de José Dirceu Campos Góes, é a análise da divulgação científica feita pelos canais ligados às IES e por isso, o trabalho analisa a produção deles a partir das especificidades do Jornalismo Científico. Um campo de análise talvez óbvio, mas bastante fértil, uma vez que a totalidade das televisões universitárias produzem conteúdo voltado para a divulgação científica, na tentativa de ressaltar a importância do trabalho desenvolvido dentro das Instituições de Ensino Superior e de se aproximar da comunidade externa.

O jornalismo é abordado até mesmo nos trabalhos produzidos na área da educação. As distintas concepções de cada área, levam a um imbróglio teórico na pesquisa desenvolvida por Azambuja (2008), que tem como objetivo compreender como os jornalistas de emissoras universitárias entendem o conceito de Jornalismo

Educativo e como eles formam os futuros profissionais dentro dessa perspectiva. Esse termo é definido por ela como um jornalismo preocupado em formar e educar, com clara função social, o qual seria diferente do Jornalismo Educacional, que atingiria um público restrito e interessado em informações sobre educação. Dessa maneira, a autora chega a uma noção controversa a respeito do telejornalismo da TV universitária e que aproxima o trabalho do jornalista ao papel de educar, mais que de informar.

Há ainda outras duas dissertações que analisam o jornalismo em emissoras universitárias, mas com vieses distantes do objeto que move o presente estudo. A primeira é *A Experiência da Rede Prosa: TVs universitárias do Rio Grande do Sul em rede* (2015), de Vanessa Ioris, que aborda a criação e o funcionamento de uma rede de produção compartilhada e de troca de conteúdos jornalísticos. A segunda é *Narrativa Transmídia no Telejornalismo: possibilidades e desafios na democratização da informação e produção de conhecimento na TV universitária* (2018), desenvolvida por Wanessa Medeiros Alves e que estuda o uso de mídias digitais para o incremento da participação popular na produção jornalística da televisão universitária.

Mediante a pesquisa realizada em plataformas de compartilhamento de trabalhos acadêmicos é possível apontar que parte deles aborda as emissoras de forma contextual ou como campo para desenvolvimento de pesquisas de áreas como a educação. Mesmo quando se debruçam sobre a produção das emissoras universitárias, muitos autores ainda buscam um viés educacional para sua análise. São poucos os autores que tratam da produção jornalística das televisões universitárias, e mesmo aqueles que se propõe a tal enfoque direcionam a análise principalmente para um programa ou canal específico.

Sendo assim, até o momento nenhum dos trabalhos científicos desenvolvidos sobre a problemática foi capaz de traçar um panorama do jornalismo na televisão universitária no Brasil ou de identificar como a marginalidade atestada do setor influenciou no desenvolvimento dos programas jornalísticos. Em decorrência dessa constatação, foi desenvolvido um estudo que buscou entender de maneira aprofundada o cenário geral do telejornalismo nos canais universitários em nível nacional e refletir acerca da inserção desses veículos no campo da comunicação pública.

Espera-se contribuir para os debates a respeito desse campo e, mais especificamente, a respeito dos desafios, avanços e limitações do atual projeto de televisão pública no Brasil, com vistas ao cumprimento da obrigação constitucional de complementaridade dos serviços de radiodifusão pública, estatal e privada. O conteúdo telejornalístico produzido pelas emissoras universitárias, que integram o Campo Público

de Televisão no Brasil, mostrou- se um espaço importante para tal análise, uma vez que dentre os serviços que devem ser prestados por uma emissora de caráter público está o de informar o público de maneira independente e participativa e, assim, contribuir para a consolidação da cidadania e fortalecimento da democracia.

## **2. As Televisões Públicas e Universitárias no Mundo**

Antes de analisarmos as especificidades do jornalismo produzido pelas emissoras ligadas a uma IES, faz-se necessário compreender melhor os conceitos de TV pública e de TV universitária e suas aplicações em diferentes partes do mundo, como Europa, Estados Unidos e América Latina. Assim, será possível identificar se a complexidade do campo público se repete em diferentes países e avaliar as finalidades da radiodifusão pública e das emissoras universitárias em sistemas por vezes mais antigos e consolidados que o brasileiro. Por meio da comparação entre as realidades diversas, espera-se compreender melhor como os princípios da TV pública são contemplados pelas emissoras brasileiras e quais as especificidades das televisões universitárias.

### **2.1 Definições e Diretrizes da Televisão Pública**

A informação e a comunicação são entendidas na atualidade como direitos essenciais ao exercício da cidadania. O décimo nono artigo da Declaração Universal dos Direitos Humanos determina que “toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras” (ONU, 1948, artigo XIX). O direito à comunicação surge com a terceira geração de direitos, no contexto do pós-guerra e do fim de regimes totalitários, como nazismo, fascismo e stalinismo.

Esse direito está presente nas discussões sobre o papel da comunicação no fortalecimento das democracias e no Relatório MacBride *Um mundo e muitas vozes*, divulgado pela Unesco em 1983. Nele a comunicação é defendida como troca de informações, ou seja, o direito à comunicação vai além do direito de ser informado e passa pela capacidade de responder a essas informações de forma participativa. No entanto, existe um fluxo unidirecional de informações no mundo, dos dominantes para os dominados, e falta democracia na comunicação, o que impede a promoção dos demais direitos humanos. Uma das saídas para esses entraves seria o incentivo à democratização da comunicação no mundo, o que pode se dar, em parte, pela comunicação pública.

A partir de uma análise conceitual é possível afirmar que toda a comunicação é pública, já que ela compreende um dos espaços simbólicos em que circulam as informações e acontecimentos da agenda pública e onde o debate e a construção de ideias ocorrem (MONTEIRO, 2012). Entretanto, existem diferentes modelos que coexistem na esfera pública: o modelo comercial, ligado aos grandes grupos econômicos; o governamental, gerido conforme as plataformas políticas do momento; e o público, que prevê autonomia financeira e controle social.

A comunicação pública não pode ser confundida com comunicação governamental, a qual diz respeito ao Estado, já que deve ser um contraponto à comunicação massiva e deve estar preocupada com o incremento da interação com o público e o estímulo à cidadania, por meio de ouvidorias, conselhos curadores e fóruns de consulta. Duarte destaca outras características relevantes da CP:

[...] a atuação em Comunicação Pública (CP) exige: (a) compromisso em privilegiar o interesse público em relação ao interesse individual ou corporativo; (b) centralizar o processo no cidadão; (c) tratar comunicação como um processo mais amplo do que informação; (d) adaptação dos instrumentos às necessidades, possibilidades e interesses dos públicos; (e) assumir a complexidade da comunicação tratando-a como um todo uno (DUARTE, 2012, p. 59).

A radiodifusão também pode ser pública, ao se configurar como um serviço público, pertencente aos ouvintes e telespectadores e que se dirige a cada um em sua qualidade de cidadão. Ela também fomenta o acesso à participação na vida pública, amplia horizontes e permite que cada pessoa se compreenda melhor na medida em que compreende o mundo e os outros (UNESCO, 2001, p. 07).

O serviço público deve permitir que cada cidadão seja um ator social de pleno direito, que participe plenamente da vida da comunidade a que pertence e contribua ativamente para sua organização. O serviço público deve ser independente das pressões partidárias ou estatais. Está a serviço de todos para o bem comum. Deve manter sua independência e, ao mesmo tempo, ter recursos financeiros garantidos a longo prazo. Apesar das vantagens e dificuldades que o caracterizam, deve adaptar-se tanto aos avanços tecnológicos, por vezes muito rápidos, quanto à modernização das regulamentações (UNESCO, 2001, p. 03, *tradução própria*).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> El servicio público debe permitir a cada ciudadano ser un actor social de pleno derecho, que participa cabalmente en la vida de la comunidad a la que pertenece y contribuye activamente a su organización. El servicio público debe ser independiente de las presiones partidistas o estatales. Está al servicio de todos en aras del bien común. Debe conservar su independencia disponiendo al mismo tiempo de recursos

Ao analisar o cenário europeu dos serviços públicos de mídia, principalmente o de Portugal, os autores Lopes, Loureiro e Neto (2013) traçam diretrizes que vão ao encontro do que foi proposto pela Unesco (2001). Segundo eles, o serviço prestado deve ter qualidade e contribuir para a inovação, a criatividade, o sentido crítico, o desenvolvimento de debates de relevância social, “sobrepondo-se sempre a qualquer procura cega do lucro” (LOPES; LOUREIRO; NETO, 2013, p. 67-68).

Por conseguinte, os serviços públicos devem servir a seus proprietários, ou seja, os cidadãos, de diferentes modos e, por isso, a diversidade deve ser um dos valores estruturantes de qualquer operador público. Diversidade orientada para as maiorias, integrando realidades geográficas distintas e abrangendo diferentes idades e classes socioculturais. Outra preocupação fundamental deve ser a “consolidação da identidade cultural do país, atendendo de forma particular às realidades mais autóctones, muitas vezes desvalorizadas na cobertura mediática”. Por fim, os veículos públicos devem manter distanciamento face às múltiplas fontes de financiamento; mesmo recebendo recursos estatais eles devem assegurar independência em relação à classe política, mesmo sabendo que são escrutinados por ela, mantendo-se distantes de qualquer controle ideológico (LOPES; LOUREIRO; NETO, 2013, p. 66-67).

A apologia do bem comum ou do interesse geral ajuda a intensificar uma renovada atitude do Estado em relação aos cidadãos, indo também ao encontro daquilo que é a matriz do SP: a satisfação das necessidades coletivas, alvo vital num contexto, como o nosso, de crise financeira e de saturação de conteúdos de massas. Esta argumentação afasta-nos dos posicionamentos neoliberais, segundo os quais não é necessária a intervenção pública no campo dos media, o que implicaria um desmantelamento (LOPES; LOUREIRO; NETO, 2013, p. 69).

Denhardt e Denhardt (2000) também ressaltam o caráter democrático e cidadão dos serviços públicos, que têm que auxiliar os cidadãos a satisfazerem seus interesses e agir democraticamente incentivando os processos colaborativos e a cidadania. Dessa maneira, seriam criados interesses comuns e responsabilidade compartilhada, que resultam da partilha de valores e não da soma de interesses individuais. Em âmbito interno os serviços públicos devem promover uma prestação contínua de contas e valorizar as pessoas e não apenas a produtividade.

---

financieros garantizados a largo plazo. Pese a las ventajas y las dificultades que lo caracterizan, debe adaptarse tanto a los adelantos tecnológicos a veces muy rápidos como a la modernización de la reglamentación.

Além de definir missões e objetivos, é necessário debater a manutenção da estrutura dos veículos de radiodifusão pública. O financiamento deve ser independente das pressões políticas e comerciais, substancial para permitir que a radiodifusão pública se torne um contrapeso aos serviços comerciais, estável a ponto de assegurar a continuidade da produção e indexada à evolução dos custos (UNESCO, 2001, p. 16-17). Para garantir a autonomia da radiodifusão pública é necessário distinguir a gestão corrente de recursos humanos e materiais das decisões de longo prazo, as quais são responsabilidade de um conselho administrativo. Para evitar ingerência política nos assuntos correntes, a direção deve prestar contas somente ao conselho de administração (UNESCO, 2001, p. 25-28).

Em relação à programação, há que se diferenciar dos modelos estatal e comercial e garantir a existência de produtos próprios. Mais que qualquer outra programação, aquela produzida pela rádio e televisão públicas deve ser nacional, favorecendo, em primeiro lugar, a expressão das ideias, opiniões e valores da sociedade em que funciona. Ela deve também difundir obras e produtos artísticos e culturais locais e apoiar a criação de obras originais (UNESCO, 2001, p. 19-22).

Ao citar a necessidade de reinvenção dos serviços públicos no século XXI, Lopes, Loureiro e Neto (2013, p. 68) destacam a importância das novas plataformas digitais, que podem ampliar sua relevância. Dessa forma, os veículos públicos de comunicação devem estar atentos ao avanço das novas tecnologias, tendo como foco a criação de novas infraestruturas produtivas; o fomento da relação com as audiências por meio de diversas plataformas e a disponibilidade de serviços multimídia e interativos (LOPES; LOUREIRO; NETO, 2013, p. 66-67).

No Brasil o entendimento sobre as diretrizes e a importância da comunicação pública no campo da pesquisa científica está em consonância com os debates internacionais, principalmente em relação à posição dos veículos públicos como contraponto e antirreferencial ao sistema comercial, que dominou a comunicação no país. Da mesma forma, prevalece o entendimento sobre a função formativa dos veículos públicos, que devem oferecer conteúdos capazes de formar cidadãos críticos e conscientes e ser instrumento de fortalecimento da democracia.

No entanto, esse debate parece preso às limitações práticas da instalação e efetivação de um modelo duradouro de comunicação pública, já que não há projeto político consistente de um sistema público e aqueles que tentaram implementar iniciativas nesse sentido foram alvo de desconfiança e ataques promovidos pelos

veículos comerciais e seus aliados políticos. Os pesquisadores que se dedicam a pensar a comunicação pública, em sua maioria integrantes de um veículo não comercial, tem que justificar a relevância de tal serviço, pois ainda há desconhecimento de suas diretrizes não só na sociedade em geral, como dentro da academia.

Por outro lado, dada a inexistência de um serviço consolidado, as análises acabam tendo como foco a aproximação ou o afastamento em relação às diretrizes da comunicação pública. Isso é perceptível, por exemplo, na discussão ainda em pauta sobre a controversa inclusão de canais universitários na TV a cabo ligados à Instituições de Ensino Superior privadas no Campo Público de Televisão e até mesmo sobre a possibilidade que esses entes comerciais tenham acesso a um espaço que deveria ser dedicado à comunicação pública.

## **2.2 As Diferentes Experiências de Televisão Pública pelo Mundo**

O conceito de televisão pública surgiu na Europa, associado ao Estado de Bem-Estar no pós-Segunda Guerra Mundial. Naquele momento, artistas e intelectuais acreditavam que a televisão poderia ser um instrumento para a reconstrução da identidade nacional, especialmente nos países mais enfraquecidos (MARTÍN-BARBERO, 2002; FERNÁNDEZ, 2002). Esse tipo de TV seria um contraponto à lógica de consumo massivo das emissoras comerciais, cujas programações estão resumidas ao espetáculo, consumismo, esportes e informação leve, que só ocasionalmente nos leva a refletir sobre os problemas centrais das nossas sociedades. Dessa maneira, a TV comercial seria uma espécie de cérebro coletivo divorciado das necessidades do corpo social, frente a qual os espectadores têm o direito apenas de ligar ou desligar o aparelho (ESTEINOU MADRID, 2007, sn).

O modelo dominante de comunicação é composto por um monopólio concentrado, unidirecional, elitista, frívolo, autoritário, excludente, que nega os direitos comunicativos elementares dos cidadãos e silencia ou esquece uma maioria social. Por isso, a TV não comercial deve permitir a expressão dos setores fundamentais da sociedade e não apenas de um grupo privilegiado; promover o pensamento, a discussão e a crítica; criar um estado de direito comunicacional e ajudar na construção da democracia e de novas bases civilizatórias (ESTEINOU MADRID, 2007, sn).

Apesar de uma compreensão comum que aponta para finalidades democráticas e cidadãs da televisão pública, não há entendimento consolidado sobre aquilo que define a

natureza dos serviços públicos (VALENTE, 2009b, p. 25). O conceito geral de mídia pública reúne os meios geridos direta ou indiretamente pelo Estado, os princípios programáticos que regem tais meios e os legitimam no conjunto do sistema de mídia de um país ou região e ainda as normas que estruturam sua organização e funcionamento. Esse sistema pode incluir tanto os diversos serviços dentro de uma mesma corporação, como é predominante no modelo europeu, ou um conjunto de órgãos com papéis diferentes que articulam diversos entes mantenedores de veículos, como ocorre no modelo estadunidense (VALENTE, 2009b, p. 26).

Valente (2009b) destaca ainda que ao longo do último século foram adotadas diferentes concepções de radiodifusão pública no mundo. A primeira delas foi a concepção elitista, hegemônica na construção dos sistemas públicos europeus, principalmente por meio do rádio, e que se baseia nas premissas iluministas segundo as quais o conhecimento e a razão são fundamentais para a inserção dos sujeitos na sociedade de maneira emancipadora. Tinha como principal diretriz o uso dos espaços de socialização do conhecimento para reduzir o abismo social entre a população, no entanto, como o nome denuncia, partia da noção que só a elite era capaz de visualizar os conhecimentos necessários a toda a população e assim deveria ser responsável por selecionar quais deles seriam difundidos (VALENTE, 2009b, p. 27-28).

A concepção educativa também se baseia na ideia de que os meios de comunicação são fundamentais na difusão de conhecimento, mais especificamente do conhecimento educacional necessário para formar a mão de obra. Essa visão apareceu fortemente na América Latina, incluindo o Brasil, durante o período de industrialização ocorrido na segunda metade do século XX, e se voltou para as potencialidades da televisão (VALENTE, 2009b, p. 29-31).

Já a premissa de que o serviço público seria uma alternativa à comunicação comercial surgiu nos Estados Unidos e propunha atender todas as demandas informativas não contempladas pelos veículos comerciais. Dessa maneira, o termo público designa tudo aquilo que não é comercial e marcaria uma diferença clara entre os dois âmbitos. A mídia comercial trata o público como massa e a pública deve mirar na multiplicidade e dialogar com as diversas demandas comunicacionais. No Brasil esse entendimento está na base de tudo o que se convencionou chamar de campo público de comunicação. Um entendimento partilhado na Europa e nas Américas é que a comunicação pública deve se distanciar também do controle do Estado, além de se manter afastada das influências do mercado. (VALENTE, 2009b, p. 32-35)

A concepção culturalista, por sua vez, surgiu a partir de estudos produzidos na América Latina. Eles apontam que as novas tecnologias levaram a disseminação de recursos de produção cultural que gradualmente está instrumentalizando os diversos grupos a fazer parte do ambiente de circulação de mensagens. Dessa maneira, a TV pública teria caráter autônomo e compromisso cidadão com a diversidade cultural e deveria convidar o cidadão a participar da produção (VALENTE, 2009b, p. 37-39).

Por fim, há um entendimento baseado no ideário marxista que aproxima a comunicação pública do controle estatal e define que os meios públicos são aparelhos que existem para garantir os interesses gerais do Estado e não devem existir longe dele (VALENTE, 2009b, p. 41-42). Tal entendimento pode ser interpretado como contraditório, já que se baseia na justificativa que o Estado pode utilizar os meios de comunicação para garantir o interesse público, o qual acaba sendo definido pelo próprio Estado e não pelos cidadãos. Uma vez que a tutela do veículo está nas mãos de autoridades políticas, ele acaba por se configurar como uma comunicação governamental, centralizada, monopolista e dirigista (UNESCO, 2001, p. 09-10).

Baseados nessas diferentes concepções de comunicação pública, os países desenvolveram modelos próprios de radiodifusão pública, alguns mais bem-sucedidos que outros. A British Broadcasting Company- BBC, do Reino Unido, é uma das referências de emissora pública em todo o mundo e precursora na concepção de serviço público de comunicação. A transmissão televisiva começou em 1936 e hoje conta com quatro canais, com programações segmentadas para diferentes públicos. A rede é financiada pelos contribuintes, que pagam uma taxa anual, e gerida por um conselho, do qual a população espectadora pode participar (VALENTE, 2009e, p. 235-237).

Na Europa há outros modelos de radiodifusão pública que merecem destaque. O sistema público francês é prestado pela France Télévisions, que trabalha para favorecer o debate democrático, a inserção social e a cidadania. A companhia conta com três canais nacionais, é gerida por um conselho e financiada por meio de uma taxa e da venda de anúncios publicitários (VALENTE, 2009d, p. 157).

Na Espanha são combinados os serviços da corporação Rádio e Televisão Espanhola- RTVE com os organismos de radiodifusão das comunidades autônomas, aglutinados em torno da Federación de Organismos de Rádio y Televisión Autonómicas- FORTA. A comunicação pública é gerida por lei, a qual garante estrutura menos permeável às influências partidárias, e obtém recursos por meio de verba publicitária (VALENTE, 2009c, p. 117).

Em Portugal, o sistema é provido pela Rádio e Televisão de Portugal- RTP, gerida por meio de uma assembleia de acionistas e com ênfase regional. A maior parte do financiamento da radiodifusão pública portuguesa vem de uma taxa pública paga pelos cidadãos e por recursos orçamentários estatais, o restante é complementado por publicidade (VALENTE e AZEVEDO, 2009, p. 213).

Ao se voltar para outras regiões é preciso destacar o que ocorre no Japão, país no qual o sistema público é robusto e consolidado na Nihon Hoso- NHK. Sua programação generalista e educacional supera em termos de estrutura e importância as empresas privadas e é financiada a partir de uma taxa governamental fixa (SILVA, 2009d, p. 195). E para os Estados Unidos, onde o sistema de radiodifusão está predominantemente nas mãos de empresas privadas e o sistema público se desenvolveu paralelamente. Este está presente em todos os estados, os quais têm suas próprias estações locais autônomas, integradas por meio de redes nacionais responsáveis pelo intercâmbio de conteúdo, como a Public Broadcasting Services- PBS e a National Public Radio- NPR. Já o organismo chamado de Corporation for Public Broadcasting é responsável por distribuir as verbas, vindas principalmente de um fundo governamental (SILVA, 2009c, p. 137).

Já na América Latina, é possível apontar algumas semelhanças entre os sistemas de radiodifusão, apesar das diferenças de desenvolvimento dos países da região. Dentre essas semelhanças podemos apontar a prevalência do sistema comercial; a concentração da propriedade dos veículos na mão de poucos grupos; a ausência de serviços públicos com audiência real na maioria dos países e a centralização da produção de conteúdos nos principais centros urbanos (BECERRA; WAISBORD, 2015, p.16).

A maior parte dos canais públicos latino-americanos foram criados por governos e incumbidos de “funções de persuasão política para com as opções governamentais e, no pior dos casos, a TV esteve a serviço do caudilhismo político do momento” (FERNÁNDEZ, 2002, p. 173). A alternância de orientações políticas e disputas internas na administração dos veículos geridos pelo Estado levaram a constantes mudanças de direção, o que pode enfraquecer a função pública, influenciar a perda de credibilidade, deteriorar a audiência e estragar a mensagem; levando os veículos a serem entendidos como dispositivos de propaganda e relegados a um papel secundário no sistema de comunicação. Por causa desse papel secundário, em muitos países da região a TV pública funciona como subsidiária, já que presume-se que as audiências são satisfeitas com a programação privada, enquanto a mídia pública cobre faixas de conteúdo que os operadores privados não exploraram (BECERRA; WAISBORD, 2015, p. 17).

Um exemplo da gestão estatal da comunicação pública na América Latina é o sistema implementado na Colômbia, onde a radiodifusão sempre foi tratada como serviço prioritariamente de caráter público, e por isso, as primeiras estações de rádio e TV foram criadas e fomentadas pelo Estado. Apesar da recente concorrência comercial, o Estado ainda é o principal ator dos canais regionais e nacionais. O sistema sobrevive por meio de verbas governamentais e de recursos gerados a partir da taxação das empresas comerciais (SILVA, 2009b, p. 97).

Mesmo possuindo diretrizes e modelos de gestão diversos, as emissoras públicas e culturais da América Latina têm buscado maior interação e compartilhamento de conteúdos com iniciativas como a Televisão América Latina- TAL, uma rede de intercâmbio e divulgação da produção audiovisual. Essa instituição sem fins lucrativos foi criada em 2003 e atualmente reúne centenas de associados e um acervo com mais de 8 mil programas, entre curtas, séries e documentários. Além disso, a TAL é um banco de conteúdo audiovisual, uma web TV e uma produtora de conteúdos especiais. O material disponível também é exibido em outras partes do mundo por meio de parcerias como o Global Media Exchange, uma rede internacional de intercâmbio gratuito de conteúdos audiovisuais que reúne também a RAI, TV pública italiana, a Erno, emissora de países do Leste Europeu, e a Nordvision, de países nórdicos.

Ao analisar especificamente a realidade da televisão pública brasileira constatamos a validade do que afirma Fernández (2002) sobre os canais públicos latino-americanos, já que o primeiro projeto implementado no país serviu mais aos interesses políticos da ditadura militar de utilizar os veículos de comunicação para educar os cidadãos para formação de mão-de-obra e garantir uma hegemonia nacional, do que à necessidade de implementar um serviço complementar ao já consolidado modelo comercial. Mesmo em períodos democráticos, os veículos que deveriam ter caráter público foram usados em barganhas políticas, e como instrumentos ideológicos para a manutenção do poder.

Outra condição que também marca a história da televisão pública brasileira é a dificuldade de produzir conteúdos que atraiam o público e que complementem o serviço comercial. Isso se deve, primeiro, pelas dificuldades no financiamento das emissoras não comerciais, pois elas estão proibidas por lei de obter verba por meio de publicidade, mas não são subsidiadas por recursos diretos do governo, com exceção da TV Brasil, e nem por impostos pagos pelos cidadãos. As emissoras universitárias, por exemplo, são financiadas por verbas destinadas pelas instituições ou por meio de recursos obtidos

pelas fundações de apoio, e em ambos os casos acabam limitadas pelos contingenciamentos financeiros vividos pelos entes mantenedores. A administração de um IES dificilmente compreende o financiamento de uma emissora de TV como prioritário para o funcionamento de sua estrutura.

Além da questão financeira, há outra característica que influencia a forma como a programação é pensada pelos integrantes das emissoras de caráter público e recebida pelos telespectadores e que está diretamente relacionada ao surgimento da TV pública no Brasil. Ainda persiste a ideia de que os conteúdos produzidos pelas emissoras não comerciais devem ser exclusivamente voltados à formação e à educação, sendo vedada a produção de programas de entretenimento, por exemplo. Isso ocorre porque o Código Brasileiro de Comunicação separa as concessões em comerciais e educativas, e não públicas, e prevê que estas devem exibir conteúdos educacionais, servindo mais como substitutas ou complementares à sala de aula.

### **2.3 O Campo Público de Televisão no Brasil**

A TV comercial foi a primeira a se instalar no Brasil, em 1950, ano em que entrou no ar a TV Tupi de São Paulo. Apenas em 1968 surgiu a primeira TV que poderia ser considerada pública, a TV Universitária de Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco. Mas antes desse marco da televisão não comercial outras iniciativas já demonstraram o interesse em consolidar uma alternativa pública de radiodifusão no país.

A primeira delas foi a fundação da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, por Roquete Pinto, em 1923, que visava o financiamento de emissoras de rádio voltadas para fins informativos, culturais e educativos por meio de contribuições voluntárias e que nas décadas seguintes expandiu sua atuação para o cinema e para a televisão. Na década de 1930, a emissora foi doada ao Ministério da Educação e Cultura, e hoje é chamada de Rádio MEC. Já a Fundação Roquette-Pinto, organização social voltada para a produção de conteúdo educativo passou por diferentes constituições em quase cem anos de existência; primeiro foi estatizada pelo governo de Fernando Collor, depois privatizada por Fernando Henrique Cardoso e, por último, transformada em Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto- Acerp (TRINDADE, 2014).

Ainda durante a ditadura militar foi criada a Fundação Padre Anchieta, em São Paulo, em 1968, cujas emissoras de rádio e televisão públicas eram dirigidas por um

conselho curador representativo da sociedade e com autonomia de gestão garantida pela figura jurídica do direito privado. O principal veículo é a TV Cultura, emissora não comercial ligada ao governo de São Paulo, o qual comprou as instalações da TV Tupi, “naquela época totalmente arruinada e com dívidas por toda a parte” (OTONDO, 2002, p. 271). A emissora exibe programação de qualidade e com relevância social, principalmente aquela voltada para o público infantil, mas vive em meio a ingerências políticas do governo estadual e crises financeiras.

Já na década de 1970, o governo militar deu início a um processo de articulação de suas estruturas de comunicação e uma das principais medidas foi a criação da Radiobrás, que ocorreu em 1973. A partir desse momento “o governo federal optou por organizar uma estrutura própria centralizada, solução que iria assegurar condições, mais de 30 anos depois, para o projeto que resultou na criação da Empresa Brasil de Comunicação e da TV Brasil” (VALENTE, 2009a, p. 64).

Por outro lado, entre os anos de 1960 e 1980 foram lançados editais públicos para novos canais retransmissores, o que levou a disseminação das emissoras educativas nas capitais e no interior do país. Em 1975 sete estados já tinham um canal educativo estatal (RAMALHO, 2013, p. 22). Três anos depois o regime militar deu início a uma rede de transmissão de programas de caráter educativo, com a atuação integrada das emissoras educativas e encabeçada pela Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa-FCBTVE e pelo Programa Nacional de Teleeducação- PRONTEL (CARRATO, 2013, p. 165), ambos ligados ao Ministério da Educação e que tinham o objetivo de auxiliar a educar a mão de obra a ser absorvida pela economia em crescimento.

Apesar do interesse federal em promover a TV educativa, esse conceito ficou apenas no campo das ideias. Durante meio século de existência, as TVEs sobreviveram garantindo outros propósitos, como a barganha política. Decretos, leis e portarias que teriam o objetivo de ordenar o funcionamento dessas emissoras, acabaram abrindo “brechas” legais, que são aproveitadas em benefício próprio pelas autoridades que deveriam zelar pela correta aplicação das leis que norteiam a regulamentação da comunicação pública (MARTELLI e KERBAUY, 2013, p. 15).

Com a promulgação da Constituição Federal de 1988, ficou explicitado, por meio do Artigo 223, que o Poder Executivo deve observar o princípio da complementaridade dos sistemas público, privado e estatal no momento de outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens (BRASIL, 1988). No entanto, o Estado brasileiro não regulamentou tal

artigo, já que não existe na legislação de radiodifusão brasileira o termo TV pública. Em tese, o sistema público seria componente importante da variedade democrática e atuaria como porta-voz da sociedade, oferecendo pluralidade de opinião e de diversidade cultural, sem intermediação do governo ou de interesses da iniciativa privada (BIANCO; PINHEIRO, 2017, p.23).

Até o momento continua valendo o Código Brasileiro de Telecomunicações, que reconhece apenas duas formas de radiodifusão: a privada e a educativa, cuja outorga pode ser concedida à União; aos Estados, Territórios e Municípios; às universidades ou às fundações (BRASIL, 1962). A regulamentação da figura jurídica da TV pública parece estar em um horizonte distante, principalmente porque as comissões que lidam diretamente com a comunicação no Congresso Nacional são majoritariamente formadas por políticos ligados à radiodifusão comercial.

No entanto, a redemocratização abriu caminho para a criação de entidades representativas, como a Abepec, em 1998, e a ABTU, em 2000. Outro momento importante para a recente história da TV pública no Brasil foi a articulação do Ministério da Cultura com a Radiobrás e as quatro modalidades de televisão sem fins lucrativos então existentes no país: as educativas, as legislativas, as universitárias e as comunitárias. Isso resultou na criação de um espaço institucional de debate sobre o tema: o Fórum Nacional de TVs Públicas em novembro de 2006.

Em maio do ano seguinte foi realizado o primeiro encontro do Fórum, que discutiu a criação de uma rede pública de televisão de qualidade e acessível a toda sociedade. O Fórum também criou o termo Campo Público de Televisão para designar o grupo heterogêneo de emissoras não comerciais que operam no Brasil que apresentam visões e concepções comuns, ou seja, aquelas ligadas à Abepec, à ABTU, à Associação Brasileira de Rádios e TVs Legislativas- Astral, e à Associação Brasileira de Canais Comunitários- Abcom (VALENTE, 2009a, p. 07). O que unifica as emissoras educativas, universitárias, legislativas e comunitárias em um mesmo espectro é que legalmente elas não podem ter finalidade comercial, mesmo que em alguns casos as determinações que vedam a publicidade comercial não estejam sendo cumpridas.

Em 2007 a articulação do Campo Público de Comunicação ganhou força com a criação da TV Brasil, gerida pela EBC. A empresa pública de comunicação foi estruturada a partir da incorporação da Radiobrás e do antigo patrimônio da Acerp, o qual passou para o controle do MEC em 2014. A EBC executa os serviços de radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, opera a rede de emissoras e estações

retransmissoras e repetidoras e distribui a publicidade legal dos órgãos da administração direta e indireta (VALENTE, 2009a, p. 128).

A estruturação legal da TV Brasil determina que o veículo deve ser administrado por uma diretoria executiva, composta por diretor-presidente e diretor-geral, a serem indicados pelo Presidente da República e por seis diretores definidos pelo Regimento Interno. Os mandatos são de três anos, com a exceção do diretor-presidente, que permanece no cargo por quatro anos não coincidentes com os mandatos do presidente da República, podendo ser reconduzido. Além disso, estava prevista a existência de um conselho curador, órgão de controle social com objetivo de zelar pelos objetivos da empresa e de uma ouvidoria. O financiamento do veículo deve ser feito por meio de dotações orçamentárias federais, prestação de serviços, distribuição de publicidade legal e captação de patrocínios; sendo proibida a venda de anúncios publicitários.

A lei não apenas criou a EBC, como também instituiu os princípios e os objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo brasileiro ou outorgados a entidades de sua administração indireta, o que inclui as Universidades e Institutos Federais, uma vez que estes são considerados entidades de administração indireta do governo federal (BRASIL, 2008).

A norma fixou também os objetivos dos serviços de radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, entre eles: oferta de mecanismos para o debate público de temas de relevância nacional e internacional; desenvolvimento da consciência crítica do cidadão por meio de programação educativa, informativa e cultural promotora da cidadania; consolidação da democracia, com estímulo à participação da sociedade e, garantia do direito à informação dos cidadãos (VALENTE, 2009a, p. 128).

Apesar de ser um dos poucos avanços na comunicação pública brasileira, a implantação da EBC e da TV Brasil não foi acompanhada da revisão de antigas leis que regem o funcionamento das concessões educativas, ou seja, não comerciais. Isso abriu “sérios precedentes que tornam quase inviável a manutenção de TVs educativas no país” (MARTELLI e KERBRAUY, 2013, p. 16). Faltou compromisso do governo federal com a finalidade dos canais públicos, o que resultou na consolidação precária da EBC, que acabou por se definir como uma iniciativa pontual e insatisfatória (SIGNATES, 2019, p. 55).

Insatisfatório também pode ser considerado o alcance da programação das emissoras que fazem parte do Campo Público de Televisão. Durante décadas a TV

comercial moldou o gosto da audiência “em favor de conteúdos de apelo mais fácil, de maior atratividade” (PRIOLLI, 2007, on-line) e por isso, o modelo público acabou se desenvolvendo à margem por meio de iniciativas ligadas principalmente à teleducação.

A missão de reequilibrar o sistema televisual, entretanto, não foi cumprida pela TV educativa. Cronicamente carente de recursos e apoio político, limitada por uma legislação canhestra, presa à concepção equivocada de uma teleducação receosa de divertir enquanto ensina, a TV educativa nunca conseguiu seduzir o grande público, a ponto de rivalizar com a TV comercial nos índices de audiência. Colecionou êxitos, alguns enormes (Vila Sésamo, RáTim-Bum, Vox Populi, Roda Viva), mas limitou-se, em geral, a uma audiência periférica, raramente superior a 5% do universo de telespectadores, o que comprometeu o seu desenvolvimento (PRIOLLI, 2007, on-line).

Por outro lado, a criação da TV Brasil incentivou a formação de uma rede de emissoras públicas pelo país, notadamente concessões educativas e culturais. Em 2010 foi iniciada a transmissão simultânea da Rede Nacional de Comunicação Pública de Televisão- RNCP/TV, liderada pela TV Brasil, em parceria com emissoras de 23 estados brasileiros. Durante seis anos essa rede incentivou a produção de conteúdo local jornalístico, por meio de contratos de prestação de serviços entre a TV Brasil e as afiliadas, os quais foram extintos assim que Michel Temer chegou ao poder.

O governo Temer promoveu mudanças no projeto originário da empresa por meio da Medida Provisória nº 744, de 2016. Esta cerceou a relativa autonomia no modelo de gestão da EBC; extinguiu seu conselho curador, órgão de natureza consultiva e deliberativa; e modificou as condições de mandato do diretor-presidente, o qual passou a ser exclusivamente subordinado às nomeações e exonerações da Presidência da República. Outra mudança foi a exclusão do artigo que apontava a autonomia da EBC em relação ao governo federal para questões de produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão (BIANCO; PINHEIRO, 2017, p. 25). A partir de 2017, a nova gestão da EBC implementou uma política de redução de custos, reformulações na estrutura e enxugamento de pessoal, iniciado com o programa de demissão voluntária no final do ano seguinte.

Com a posse de Jair Bolsonaro, em janeiro de 2019, o desmonte da estrutura pública continuou e houve a união da TV Brasil com a NBR, emissora estatal que cobre eventos do governo federal; reformulações no jornalismo, que se tornou mais voltados

às ações positivas do governo; e o aumento de programas que divulgam ações do presidente e do setor militar.

Logo no início do mandato, o novo presidente, numa portaria que obedecia a uma orientação claramente ideológica, unificou a NBR e a EBC, submetendo a comunicação pública à comunicação governamental e, assim, negando o caráter social e público da EBC mediante um descarado aparelhamento, que transformou a EBC em um mero instrumento de propaganda governamental (SIGNATES, 2019, p. 56).

Fragmentadas e distantes de um projeto político consistente, as iniciativas citadas anteriormente ainda têm se mostrado ineficientes em consolidar um sistema público e incipientes perante a hegemonia do modelo comercial. Por isso, acabaram sendo guiadas mais por interesses governamentais e sofrendo alterações significativas em função da plataforma política de cada governo.

Seguindo a tendência da América Latina, o sistema de radiodifusão brasileiro não conseguiu alcançar uma cultura institucional de mídia pública, uma vez que se consolidou a partir de um sistema de concessões públicas que acaba por atender interesses de grandes grupos empresariais. Além disso, a sustentabilidade financeira dos veículos do campo público se mostra um grande desafio.

A sustentabilidade financeira dos veículos do campo público sempre foi dependente, quase que exclusivamente, de verbas estatais. A ausência de instrumentos sólidos que garantam independência administrativa e editorial desses veículos é mais um gatilho para que essas emissoras sofram constantes pressões e interferências do grupo político que está à frente do poder (OLIVEIRA, 2019, p. 308).

Por outro lado, há uma percepção negativa dos cidadãos a respeito da mídia pública, que distancia a audiência. Essa percepção se dá porque existe um forte atrelamento financeiro, político e editorial dos veículos a governos, cujos interesses ficam à frente dos interesses da população, e porque persiste no imaginário coletivo a ideia que falta qualidade nos meios públicos (OLIVEIRA, 2019, p. 308-309)

O cenário de domínio do serviço comercial e de desconfiança em relação aos veículos públicos contraria o princípio da complementaridade entre os sistemas privado, estatal e público, já que este último ente do tripé deveria assegurar que atores sociais de diferentes segmentos fossem representados e incluídos nos debates públicos e nos processos de gestão e tomadas de decisão desses veículos. Tal realidade também se

mostra contraditória em relação às finalidades da comunicação pública e do Campo Público de Televisão, os quais só farão jus a sua denominação quando se tornarem apartidários e independentes das lógicas do mercado e do governo (CURADO; BIANCO, 2014).

## 2.4 A Televisão Educativa e Universitária

Dentro dos sistemas públicos encaixam-se as emissoras que produzem conteúdos educativos e aquelas ligadas às universidades, que muitas vezes se confundem em suas diretrizes e objetivos. Isso ocorre porque em diversos países são as universidades que produzem conteúdo educativo para televisão e, por outro lado, os produtos das emissoras universitárias são sempre associados ao conteúdo educativo.

A televisão educativa, ou educativa cultural, não deve ser entendida simplesmente como tela para transmitir conferências curriculares, como se fosse uma lousa digital. Na verdade, essa modalidade televisiva disponibiliza produtos culturais e informativos amplos, direcionados a diferentes camadas da população que buscam alternativas às informações oferecidas pelo serviço comercial.

Desde sua origem, o conceito de televisão educativa sempre gerou discrepâncias mais ou menos inevitáveis. Para muitos, é uma televisão inexistente, sem sentido comercial e, portanto, irreal em nossa sociedade. Mas é preciso reconhecer que a televisão educativa incorpora em sua conceituação arcabouços culturais e informacionais cada vez mais amplos, voltados para camadas diferenciadas da população, que buscam neste meio mensagens além da informação sensacionalista, do entretenimento barato e dos estereótipos importados (GOMEZ; CARRERO, 2010, p. 37, *tradução própria*).<sup>2</sup>

Essa modalidade pode ser separada em diferentes subgrupos. A televisão escolar é aquela diretamente relacionada com o sistema educativo e funciona como uma extensão ou complemento da escola. Já a de formação profissional é orientada a públicos adultos que estão em processo de formação universitária. A televisão de conhecimento, por sua vez, não tem vínculo com o currículo escolar, mas aborda

---

<sup>2</sup> Desde su propio origen el concepto de televisión educativa siempre ha generado discrepancias más o menos insoslayables. Para muchos se trata de una televisión inexistente, carente de sentido comercial, y por ende, irreal en nuestra sociedad. Pero es necesario reconocer que la televisión educativa incorpora en su conceptualización marcos culturales e informativos cada vez más amplios, destinados a capas diferenciadas de la población, que buscan en este medio mensajes más allá de las informaciones sensacionalistas, el entretenimiento chabacano y los estereotipos importados.

conteúdos educacionais. Há também a televisão voltada para divulgação científica e tecnológica, e, por último, as emissoras infantis que utilizam modelos lúdicos e de entretenimento (ACOSTA; URREGO, 2014, p. 20-21).

Por sua vez, a televisão universitária, entendida por muitos pesquisadores também como educativa, é produtora de conteúdo televisivo voltado à promoção de educação, cultura, cidadania e ciência e à democratização da informação, haja vista ter mais liberdade editorial e não estar atrelada a contratos publicitários (TAVARES, 2011, p. 167). Além disso, é um espaço que não prescinde da participação da comunidade universitária.

A televisão universitária pode ser um eixo fundamental na dimensão cultural e na projeção social da universidade, na expressão audiovisual da comunidade universitária, de suas atividades, estudos e projetos; uma janela aberta para todos, que treine, eduque, gere cultura, informe e divirta. Para tanto, é preciso buscar essa integração efetiva de alunos, professores e funcionários na produção de TV, e assim conseguir uma programação educativa, mas também atrativa, consistente e relevante, capaz de disseminar conteúdos essenciais para o crescimento do país e para o bem-estar da população (GOMEZ; CARRERO, 2010, p. 44, *tradução própria*).<sup>3</sup>

A televisão universitária deve também privilegiar a inovação, a experimentação e a criação de novos gêneros, formatos e estéticas televisivas, e a alfabetização midiática (ALMENARA; PEREIRA; MORAL; CONCHA, 2016, p. 05). Nesse sentido, essas televisões podem ter como objetivo primordial realizar o que praticamente nenhum canal fez: a educação midiática do espectador, ou seja, ensinar a ver o meio televisivo, desde uma perspectiva ativa, lúdica e crítica simultaneamente (GOMEZ; CARRERO, 2010, p. 44).

Para Steino Madrid educação midiática se mostra urgente na América Latina, uma vez que o modelo comunicacional baseado nas concessões comerciais está em crise. Dessa maneira, a universidade pode aproveitar a riqueza cultural gerada por ela própria para criar um contraponto ao velho modelo mediático. Para tal, seria necessário avançar em uma reforma do Estado latino-americano, na qual os meios de comunicação

---

<sup>3</sup> La televisión universitaria puede ser un eje clave en la dimensión cultural y de proyección social de la universidad, en la expresión audiovisual de la comunidad universitaria, de sus actividades, estudios y proyectos; una ventana abierta para todos, que forme, eduque, genere cultura, informe y entretenga. Por ello, hay que tender a la búsqueda de esta integración efectiva de estudiantes, profesores y personal en la producción de TV, y conseguir así una programación educativa pero atractiva, consistente y relevante a su vez, que sea capaz de difundir contenidos esenciales para el crecimiento del país y para el bienestar de la población.

passassem a ser efetivamente considerados bens públicos e a informação fosse contemplada como um direito acessível a todos os cidadãos, os quais pudessem incorporar a infinita riqueza científica e cultural da universidade (2007, sn).

[...] a universidade, com a enorme riqueza e pluralidade intelectual que possui e desenvolve, deve construir outro currículo mental comunicativo para a sobrevivência nacional. Esse novo currículo cultural deve superar a visão da vida materialista, consumista, leve, hedonista, frívola, imediata e cheia de adrenalina promovida pela mídia comercial e que provoca a evasão da realidade, a desnaturalização da política, a espetacularização da existência, o vazio de sentido da vida e a obstrução da evolução do conhecimento humano para outras fases superiores da consciência, impedindo o nosso crescimento harmonioso como sociedade. [...] Nesse contexto de mudança comunicativa, a universidade deve alimentar constantemente o espaço público com diagnósticos, pesquisas e reflexões acadêmicas sobre a necessidade de se criar um novo modelo de comunicação nacional que permita à América Latina comunicar entre si e não apenas os grandes consórcios de informações comerciais (ESTEINOU MADRID, 2007, sn, *tradução própria*).<sup>4</sup>

Um dos exemplos mais consolidados de televisão educativa da América Latina é a TV Unam, do México. Nos anos 1950 o governo federal propôs vincular a educação superior com a informação educativa e, por isso, a Universidade Nacional Autónoma de México- UNAM, mesmo sem canal próprio, começou suas transmissões de programas educativos (ACOSTA; URREGO, 2014, p. 12). No Chile, a experiência mais marcante é a da Teleduc, conduzida pela Universidade Católica de Chile, que desde 1978 exhibe programas de extensão universitária, focados tanto no ensino a distância quanto no conteúdo educativo. O Canal 13 alcança praticamente toda a população do país e destina 12% de sua programação a programas culturais e educativos (GOMEZ, CARRERO, 2010, p. 38).

Na Colômbia, a TV educativa foi impulsionada pelo governo do general Rojas Pinilla na década de 1950 como uma alternativa para tentar solucionar problemas

---

<sup>4</sup> [...] la universidad, con su enorme riqueza y pluralidad intelectual que posee y desarrolla, debe construir otro currículum mental comunicativo para la sobrevivencia nacional. Dicho nuevo currículo cultural debe superar la visión de la vida materialista, consumista, light, hedonista, frívola, inmediatesta y adrenalínica que promueven los medios comerciales y que ocasiona la evasión de la realidad, la desnaturalización de la política, la espectacularización de la existencia, el vacío del sentido de la vida y la obstrucción de la evolución del conocimiento humano hacia otras fases superiores de la conciencia, impidiendo nuestro crecimiento armónico como sociedad. [...] Dentro de éste contexto de cambio comunicativo, la universidad debe alimentar constantemente el espacio publico con diagnósticos, investigaciones y reflexiones académicas sobre la necesidad de crear un nuevo modelo de comunicación nacional que permita que América Latina se comunique entre si y no sólo los grandes consorcios de la información comercial.

medulares da educação, como falta de estrutura para atender a demanda, formação precária dos professores e evasão escolar. A iniciativa permitiu alfabetizar grande porcentagem da população, tendo em conta que havia baixo nível de escolaridade e alto índice de analfabetismo no país (ACOSTA, URREGO, 2014, p. 09).

Faz-se necessário também destacar iniciativas exitosas de emissoras universitárias e educativas fora do contexto latino-americano. Os Estados Unidos, por exemplo, oferecem diversas experiências de televisão universitária, como os canais educativos culturais não comerciais das Universidades de Washington, Alaska, Califórnia e Michigan, que transmitem programação 24 horas por dia. Em Portugal, desde 2003, o segundo canal da RTV apresenta caráter informativo cultural e sua área educativa está a cargo de faculdades de comunicação de diferentes universidades (GOMEZ; CARRERO, 2010, p. 39).

Apesar de apresentarem diferentes constituições, objetivos e programações, o grupo formado pelas televisões universitárias pode ser entendidas como constituintes de um campo, ou seja, de um espaço social estruturado, onde ocorrem constantes disputas de poder e que também se encontra em disputa com outros campos (BOURDIEU, 1997a). No Brasil essas emissoras formam um subcampo, no qual incidem as influências e pressões de dois campos distintos, o da televisão e o acadêmico.

### **3. A Noção de Campo e o Jornalismo na Televisão Universitária Brasileira**

Na busca por responder como se constitui o telejornalismo de emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior que atuam em concessões de radiodifusão aberta e em canais a cabo e como se relacionam com os princípios da radiodifusão pública (Unesco, 2001), é necessário identificar os diferentes espaços de poder e seus respectivos agentes, que estão ligados direta ou indiretamente com as duas variáveis da questão: jornalismo e televisão universitária. Tais espaços de poder serão abordados por meio dos conceitos de campo e subcampo (BOURDIEU, 1997a), necessários para identificar as relações de força estabelecidas dentro do ecossistema midiático brasileiro.

#### **3.1 A Noção de Campo em Bourdieu**

O campo é um espaço social estruturado<sup>5</sup> e ocupado por sujeitos alinhados segundo elementos de distinção e de aproximação. Nele se constitui uma arena de embates pela obtenção de poder e pelo exercício da autoridade constituída (BOURDIEU, 1997a). Tais disputas são travadas para manter as condições que sustentam o campo ou para subvertê-las e transformá-las.

[...] há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em consequência, suas estratégias (BOURDIEU, 1997a, p. 57).

Ao criticar os mecanismos de reprodução das desigualdades sociais, Bourdieu apontou que cada grupo de pessoas estabelece relações de poder que tornam “os indivíduos mais ou menos autônomos em relação aos seus pares e aos indivíduos de outros grupos”. Dessa forma, sua sociologia crítica desenvolveu a teoria dos campos,

---

<sup>5</sup> A concepção de estrutura em Bourdieu (1987) é dinâmica, sendo entendida como um conjunto de relações históricas, ao mesmo tempo condicionada e condicionante. Ela deriva da imbricação entre as estruturas mentais dos agentes sociais e as estruturas objetivas que são constituídas por eles. As disposições socialmente constituídas orientam a ação e têm capacidade de gerar novas disposições; sendo o sujeito um ator inserido na estrutura e força estruturante de um campo. As estruturas são disposições interiorizadas e duráveis e a ação estruturante é geradora de práticas e representações que compõem a estrutura.

espaços em lutas simbólicas pela apropriação de bens econômicos e culturais (CARVALHO, 2017, p. 03).

[...] o campo não é delimitado geograficamente, mas sim um espaço abstrato de relações humanas, no qual cada agente comporta-se como um jogador em busca do troféu. Metaforicamente, o troféu representa um mecanismo de distinção, a conquista do poder dentro do grupo, de um capital cujo valor é simbólico, definido por cada campo. Por exemplo, enquanto para um time de futebol, o troféu é a conquista do título do campeonato, para um sindicalista pode ser a influência que ele exerce junto aos seus colegas do movimento sindical ou ainda a sua eleição para presidir a entidade (CARVALHO, 2017, p. 03).

Cada campo possui um capital específico, que depende da sua forma de constituição e do seu momento. Os agentes são distribuídos de acordo com o volume global de capital que possuem e de acordo com a estrutura dele, isto é, de acordo com o peso relativo dos diferentes tipos de capital no volume global de seu capital (BOURDIEU, 1996, p. 19). Na teoria dos campos existem três formas principais de capitais: o capital econômico, “que é convertido imediatamente em valor monetário”; o capital cultural, “que pode ser convertido em capital econômico, e institucionalizado na forma de qualificações educacionais”; e o capital social, “feito a partir das conexões sociais, convertido em alguns momentos em capital econômico e institucionalizado” (BOURDIEU, 1986, p. 16).

Assim, uma sociedade é constituída por um conjunto de campos, “de microcosmos sociais dotados de autonomia relativa, com lógicas e possibilidades próprias, específicas, com interesses e disputas irreduzíveis ao funcionamento de outros campos”. Existe uma autonomia relativa entre os diferentes campos, já que, apesar de possuírem uma lógica interna em suas lutas, o resultado das lutas externas pesa sobre as relações de força dentro do campo (CATANI, 2011, p. 192-193). O campo terá tanto mais poder quanto mais domínio tiver sobre os outros campos sociais, “o que será definido de acordo com a força de que dispõe na estrutura do espaço social” (MELO, 2005, p. 73).

A distribuição desigual de capital específico dentro de um mesmo campo resulta em uma separação entre os agentes que possuem mais capital e os que possuem menos e “se traduz em lutas entre os que querem manter sua posição e os que lutam para desacreditar essas posições” (LAGO, 2015, p. 376). Os agentes que entram em conflito visando impor sua visão, o fazem a partir de pontos de vista, interesses e referenciais

determinados pela posição que ocupam. Tal espaço de lutas representa “um espaço de poder, em razão de esses agentes serem dotados de diferentes espécies de capital, o que lhes confere a probabilidade de lutar pelo poder” (CATANI, 2011, p. 199).

Para Bourdieu só é possível compreender os espaços sociais analisando as distribuições de capital e propriedades entre indivíduos. O capital não está baseado somente na economia; entretanto os aspectos econômicos, como as trocas e estratégias de acumulação de capitais, é um aspecto geral que está presente na estrutura de vários campos da sociedade (BOURDIEU, 1989). Ou seja, os integrantes de determinado campo buscam investir em determinado tipo de capital na tentativa de acumulá-lo rapidamente. Em consequência disso, “as formas de dominação são transfiguradas em bens econômicos, mas também em bens simbólicos, intangíveis, que atuam na manutenção das hierarquias sociais” (CARVALHO, 2017, p. 03).

Os indivíduos e os grupos existem na e pela diferença, determinada pelas posições ocupadas por eles em um espaço social. Sendo assim, cada campo é um universo em que coexistem forças diversas e no qual existem concorrências e hostilidades. E, por outro lado, um mundo social se baseia em um conjunto de pressupostos e de crenças partilhadas que estão além das diferenças de posição e de opinião (BOURDIEU, 1997a, p. 67). A partir desses pressupostos a dominação é exercida por um conjunto de agentes investidos de poderes; sendo que ela não é o efeito direto e simples da ação desse grupo e se dá, na verdade, “por meio da cultura e dos aparatos de produção de bens simbólicos”, essenciais para que a dominação seja reconhecida como legítima. Os aparatos de produção atuam para que “se imponha, sem que se perceba, as significações que se coadunam com os interesses dos dominantes” (LAGO, 2015, p. 376).

Assim, o poder simbólico se constitui pelo poder de confirmar ou transformar uma visão de mundo e instruir uma ação sobre ele. Tal poder é exercido somente se os dominados ignorarem seu exercício arbitrário e o aceitarem como natural. Dessa maneira implícita, ele fornece o equivalente ao que pode ser alcançado pelo uso da força física, econômica, jurídica, estatal, etc. (BOURDIEU, 1989), produzindo efeitos reais que não exigem o uso aparente de energia pelas classes dominantes.

As diferentes classes e frações de classes estão envolvidas em uma luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses, e imporem o campo de

tomadas de posições ideológicas reproduzindo em forma transfigurada o campo das posições sociais (BOURDIEU, 1989, p. 11).

As trocas simbólicas se dão por meio de estruturas objetivas que comandam as estruturas mentais e excluem a possibilidade de pensar e de agir de outro modo, uma vez que os sujeitos foram imersos, desde a infância, em um universo socialmente instituído em disposições e crenças (BOURDIEU, 1996, p. 161). Para que essa troca funcione é preciso que ambas as partes tenham categorias idênticas de percepção e de avaliação, o que vale também para os atos de dominação simbólica, que são exercidos com a cumplicidade dos dominados. Para que tal forma de dominação se instaure é necessário que o dominado aplique ao dominante as mesmas estruturas de percepção que ele utiliza para produzir seus atos (BOURDIEU, 1996, p. 168).

A comunicação tem papel relevante para a distinção entre dominantes e dominados dentro de um campo, uma vez que as trocas comunicacionais são relações de poder que dependem, na forma e no conteúdo, do poder material ou simbólico acumulado pelos agentes. Por meio da comunicação e dos símbolos, o poder simbólico é capaz de transmutar diferentes tipos de capital em capital simbólico.

[...] permitindo assim, àqueles agentes/classes dominantes, que já detém grande poder através de seus capitais (econômico, político, intelectual...), transfigurá-los em capital simbólico e exercer poder sobre os demais dominados. Nesse sentido, os “sistemas simbólicos” apresentam seu papel fundamental na legitimação das classes dominantes da sociedade que, através da expressão de ideologias e simbolismos, reforça os grupos dominantes separando-os dos demais grupos, instaurando a distinção entre os dominantes e os dominados (FERREIRA; MARTINS, 2020, p. 08).

Pode-se interpretar, então, que o poder simbólico legitima a dominação e que a desarticulação dessa dominação será possível somente com a tomada de consciência acerca desse poder arbitrário por aqueles que estão submetidos a ele. Assim a desmobilização seria substituída por mobilização e subversão, potencializando o poder dos dominados de reagirem (DORNELLES; COSTA, 2012, p. 12).

Ao tratar desta questão Thompson (2002, p. 231) defende que o poder simbólico é a capacidade de intervir no curso dos acontecimentos, de influenciar as ações e crenças de outras pessoas e de criar acontecimentos, através da produção e transmissão de formas simbólicas. Com isso, esse autor revela que aqueles que exercem o poder simbólico utilizam diversos recursos que ele denomina como

“meios de informação e comunicação”. Thompson (2002) destaca ainda que o exercício do poder simbólico é uma das principais formas de aquisição do poder político (DORNELLES; COSTA, 2012, p.12).

A posse ou ausência de capital simbólico, e consequentemente de capital político, influencia direta e indiretamente as relações de poder. Sendo assim, as “lutas pela apropriação dos bens econômicos ou culturais são, inseparavelmente, lutas simbólicas pela apropriação desses sinais distintivos” (BOURDIEU, 2007, p. 233). A cultura une por intermédio da comunicação, ao mesmo tempo que afasta ao legitimar as distinções, compelindo as subculturas a definirem-se pela sua distância em relação à cultura dominante (BOURDIEU, 1989, p. 11).

### 3.1.1 O *Habitus*

Por meio de sua sociologia relacional, Bourdieu criou outro conceito-chave na tentativa de compreender a relação entre o sujeito e a sociedade: o *habitus*. Este é um modo de conduta incorporado pelos integrantes de cada campo, um conhecimento adquirido, um haver que indica a disposição incorporada, quase postural (BOURDIEU, 1989, p. 61). A relativa homogeneidade dos *habitus* subjetivos de classe e de grupo “é assegurada na medida em que os indivíduos internalizam as representações objetivas segundo as posições sociais que efetivamente desfrutam” (ORTIZ, 1983, p. 17-18).

A cada classe de posições corresponde uma classe de gostos, produzidos pelos condicionamentos sociais associados a um conjunto de bens e propriedades, vinculadas entre si por uma afinidade de estilo. O *habitus* é um princípio unificador, que “retraduz as características intrínsecas e relacionais de uma posição em um estilo de vida unívoco” (BOURDIEU, 1996, p. 21-22).

Os *habitus* são princípios geradores de práticas distintas e distintivas - o que o operário come, e sobretudo sua maneira de comer, o esporte que pratica e sua maneira de praticá-lo, suas opiniões políticas e sua maneira de expressá-las diferem sistematicamente do consumo ou das atividades correspondentes do empresário industrial; mas são também esquemas classificatórios, princípios de classificação, princípios de visão e de divisão e gostos diferentes. Eles estabelecem as diferenças entre o que é bom e mau, entre o bem e o mal, entre o que é distinto e o que é vulgar etc. [...] as diferenças nas práticas, nos bens possuídos, nas opiniões expressas tornam-se diferenças simbólicas e constituem uma verdadeira linguagem (Bourdieu, 1996, p. 22).

Tal conceito advém da percepção do sujeito em sociedade, elaborado como agente. Perspectiva que se opõe à definição do ator social como simples executor de uma ação que se encontra objetivamente programada, que é exterior a ele. Em Bourdieu a ação é considerada o núcleo de significação do mundo, uma vez que “a sociedade não existe como totalidade, mas como intersubjetividade que tem origem na ação primeira do sujeito” (ORTIZ, 1983, p. 11-12).

Por meio do *habitus* se opera no sujeito tanto a reprodução de estruturas internalizadas, quanto seu poder consciente. O sujeito é ativo, e mesmo sendo impulsionado por seu inconsciente e subordinado a uma formação discursiva, atua como operador prático no discurso e nas ações (MELO, 2005, p. 71). O indivíduo não some dentro da estrutura social, já que o conjunto de suas disposições é interiorizado e exteriorizado em um movimento dialético durante toda sua vida, a partir de posições herdadas e pelo confronto com outros indivíduos e agentes (LAGO, 2015).

Assim, o *habitus* não diz respeito apenas à interiorização das normas e valores sociais, das ideologias, dos códigos de conduta, das ações “boas” ou “ruins”, do comportamento que é “correto” ou “incorreto”. Ao operar como um sistema classificatório, ele orienta nossa forma de ver, entender, perceber o mundo e mesmo de identificar o real. Estes esquemas gerativos, apesar de interiorizados subjetivamente, o são também de forma coletiva, o que explica a homogeneidade dos *habitus* subjetivos, de indivíduos, conforme seus espaços sociais (LAGO, 2015, p. 375).

Nos embates entre sujeitos dentro do campo existem estratégias não conscientes, que se fundam no *habitus* individual e dos grupos em conflito. Existe, dessa maneira, uma retroalimentação, em que a prática deriva da apreensão prévia das categorias do grupo ao mesmo tempo em que alimenta o surgimento de novas categorias de classificação.

A dominação é, nesse sentido, dupla: primeiro enquanto discurso ideológico, segundo enquanto categoria lógica que ordena a própria representação social. O *habitus* se sustenta, pois, através de “esquemas gerativos”, que, por um lado, antecedem e orientam a ação e, por outro, estão na origem de outros “esquemas gerativos”, que presidem a apreensão do mundo (ORTIZ, 1983, p. 16).

O espaço social é a realidade primeira e última e comanda até mesmo as representações que os agentes sociais podem ter a respeito dele. As representações desse espaço e as tomadas de posição nas lutas para conservá-lo ou transformá-lo são determinadas pela posição ocupada pelos sujeitos na estrutura de distribuição de diferentes tipos de capital. O espaço social engloba o sujeito como um ponto de vista situado e definido em sua forma e em seu conteúdo pela posição objetiva que ele ocupa (BOURDIEU, 1996, p. 27).

Isso leva a concluir que as ações praticadas pelos sujeitos também estão diretamente determinadas por sua posição no campo.

A prática pode, assim, ser definida como produto da relação dialética entre uma situação e um *habitus*, isto é, o *habitus* enquanto sistema de disposições duráveis e matriz de percepção, de apreciação e de ação, que se realiza em determinadas condições sociais. O campo é o espaço onde as posições dos agentes se encontram a priori fixadas. O campo se define como o *locus* onde se trava a luta concorrencial entre os atores em torno de interesses específicos que caracterizam a área em questão (ORTIZ, 1983, p. 19).

Os conceitos de campo e *habitus* estão interconectados e representam os componentes essenciais dos estudos de Bourdieu. Desde “sua construção metodológica até a proposição de conceitos teóricos, existe uma conexão empírica e reflexiva que deve ser respeitada”, sendo necessário que o desmembramento de seus conceitos reflita sobre “essa constatação em busca de evitar a banalização de seus estudos ou sua má apropriação” (FERREIRA; MARTINS, 2020, p. 05).

Dessa maneira, deve-se entender que o *habitus* se dá pela relação entre a estrutura objetiva, que define as condições sociais de produção do *habitus*, e a conjuntura, que representa um estado particular dessa estrutura. As disposições dos agentes, socialmente constituídas e orientadoras de suas ações, são internalizadas e geram “percepções, apreciações e práticas” (MATON, 2018, p. 75) que subjetivamente reproduzem ou transformam as estruturas objetivas.

A experiência particular de cada pessoa é única em nível individual, mas é compartilhada estruturalmente com outros sujeitos que ocupam posições similares, como “classe social, gênero, etnia, sexualidade, ocupação, nacionalidade, região”. Posições que “engendram experiências estruturalmente semelhantes de relações, processos e estruturas sociais” (MATON, 2018, p. 78). Assim, mesmo na

individualidade e na diferença, há regularidades nas práticas e nas formas de entender o mundo.

### **3.2 O Campo Jornalístico**

O conceito de campo (BOURDIEU, 1989; 1997) pode ser aplicado a diferentes domínios, como a literatura, a filosofia, a política, a comunicação e o jornalismo. Estes últimos não foram objeto central da obra de Bourdieu, mas em diferentes fases de sua trajetória acadêmica ele direcionou o olhar crítico e metodológico para o campo jornalístico, “trazendo importantes análises da teoria sociológica para o campo epistemológico da comunicação e, mais especificamente, para a compreensão do modo como é estruturado o campo jornalístico” (CARVALHO, 2017, p. 02).

Bourdieu pensa “a comunicação enquanto fenômeno social, apresentada tanto na raiz da sociedade, através do diálogo e interação entre agentes ou grupos, quanto a partir das mídias e seu papel social como estrutura de trocas simbólicas” (FERREIRA e MARTINS, 2020, p. 07). A comunicação se dá num campo onde as posições sociais já se encontram estruturadas. O ouvinte não “escuta o outro como elemento complementar na interação, mas se defronta com o outro numa relação de poder que reproduz a distribuição desigual de poderes agenciados ao nível da sociedade global” (ORTIZ, 1983, p. 13).

Já o campo jornalístico é um microcosmo com leis próprias, marcado por sua posição no mundo e pelas atrações e repulsas que sofre de outros microcosmos. O sociólogo francês discute “a autonomia ambígua e a dupla dependência do campo jornalístico em relação aos campos econômico e político” e destaca a influência que esse campo exerce sobre os cidadãos comuns, os próprios jornalistas e os demais campos sociais (SILVA, 2009a, p. 198).

Assim como os campos das ciências sociais ou da política, o jornalístico é capaz de dar sentido a realidade por meio do poder estruturante das palavras, ou seja, por sua capacidade “de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por essa via, de fazer e desfazer grupos” (BOURDIEU, 1989, p. 108). Ao fazer existir ou inexistir aspectos da vida social, o discurso jornalístico consagra tanto as divisões existentes, quanto a forma como os sujeitos veem e compreendem essas divisões.

O campo jornalístico também pode ser compreendido como uma fonte de conhecimento, assim como o são a arte e a ciência. O jornalismo acessa a realidade de

forma diferente do que fazem outros campos, podendo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes de revelar (MEDITSCH, 1992). O conhecimento produzido por esse campo tem como matéria-prima o presente, o que acontece de singular no cotidiano e decorre da observação não controlada da realidade, da qual apreende tudo que é relevante (MEDITSCH, 2004, p. 372).

No entanto, esse campo não proporciona um conhecimento sistemático, muito menos uma revelação de fatos em ordem histórica; o jornalismo faz, na verdade, a alusão a um acontecimento ao promover a reconstituição da integridade de sua dimensão fenomênica (GENRO FILHO, 1987).

Na percepção individual, a imediaticidade do real, o mundo enquanto fenômeno, é o ponto de partida. No jornalismo, ao contrário, a imediaticidade é o ponto de chegada, o resultado de todo um processo técnico e racional que envolve uma reprodução simbólica. Os fenômenos são reconstruídos através das diversas linguagens possíveis ao jornalismo em cada veículo. Consequentemente, não podemos falar de uma correspondência de funções entre o jornalismo e a percepção individual, mas sim de uma “simulação” dessa *correspondência*. É a partir dessa simulação que surge propriamente um *gênero de conhecimento*, pois enquanto se trata da relação imediata dos indivíduos com os fenômenos que povoam o cotidiano, da experiência sem intermediação técnica ou racional instituída sistematicamente, o que temos é realmente a percepção tal como a psicologia a descreve (GENRO FILHO, 1987, p. 58-59).

O conteúdo produzido pelo jornalismo é condicionado “histórica e culturalmente por seu contexto e subjetivamente por aqueles que participam desta produção”. Entretanto, falta transparência nestes condicionantes e a notícia acaba sendo apresentada como realidade e, “mesmo que o público perceba que se trata apenas de uma versão da realidade, dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram” sua construção e “muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não” (MEDITSCH, 1992, p. 09-10).

É necessário destacar também que os fatos não existem previamente como tais, eles são recortados do fluxo da realidade e “construídos obedecendo a determinações ao mesmo tempo objetivas e subjetivas”. O “material do qual os fatos são constituídos é objetivo, pois existe independentemente do sujeito”, mas o conceito de fato “implica a percepção social dessa objetividade” (GENRO FILHO, 1987, p.186-187).

Segundo Meditsch (1992) o jornalismo, como forma de conhecimento, tem a possibilidade de revelar aspectos da realidade que escapam às ciências, porém é incapaz

de explicar por si mesmo a realidade que se propõe a revelar. Sendo assim, o campo jornalístico não constrói a realidade social, mas pode se constituir como uma forma de socializar esta realidade. Por outra perspectiva, pode-se afirmar também que, a partir do *habitus* de classe, o jornalista cria os fatos que sustentam o campo ao mesmo tempo é criado por eles, pois está diretamente ligado à realidade objetiva.

O campo jornalístico produz o próprio saber e reproduz o conhecimento produzido em outras áreas e, assim, alcança uma vasta camada social. O conteúdo das notícias pode ser apreendido de maneira mais fácil do que as outras formas de conhecimento e interferir de forma mais direta nas relações entre os diferentes grupos sociais. Isso se dá por meio do poder simbólico exercido a partir de regras internalizadas pelos profissionais durante a vida profissional.

[...] os jornalistas constroem seus textos a partir da cultura profissional, da organização do trabalho, dos processos produtivos, dos códigos particulares (as regras de redação), da língua e das regras do campo das linguagens para, no trabalho da enunciação, produzirem discursos. E o trabalho que os profissionais do jornalismo realizam, ao operar sobre os vários discursos, resulta em construções que, no jargão jornalístico, podem ser chamadas de notícias (VIZEU, 2004, p. 117).

Os profissionais ou veículos pensam e agem em função da posição que ocupam no campo, pelo peso simbólico que exercem, pela capacidade que têm de “deformar o espaço à sua volta” (BOURDIEU, 1997a, p. 60). Já o poder de que dispõe o campo jornalístico encontra seus fundamentos na relação com outros campos, como o político e o econômico.

[...] a legitimidade dos meios de comunicação é delegada pelos outros campos sociais, que precisam da imprensa para fazer circular os seus discursos. As fontes jornalísticas são, assim, porta-vozes dos discursos dos vários campos sociais que se valem da mídia para dar visibilidade às suas falas. Seu peso discursivo, entretanto, será medido segundo a posição que o campo ocupa na escala estabelecida subjetivamente pelos meios de comunicação (MELO, 2005, p. 73).

Em análise feita antes da emergência da internet e das redes sociais, Bourdieu (1997) acreditava que essa legitimidade era resultado do monopólio exercido pelos jornalistas sobre os instrumentos autorizados de produção e difusão de informação em larga escala. Para terem acesso ao espaço público, cidadãos, cientistas, produtores culturais e artistas dependem desses instrumentos e dos jornalistas, que selecionam os

assuntos e participam da construção do que é selecionado. A relação do jornalista com profissionais de outros campos é o que manteria “a comunicabilidade entre o físico, o advogado, o operário e o filósofo” e permitiria que as linguagens formais desses domínios fossem reescritas para uma audiência comum (MEDITSCH, 2004, p. 371).

Os jornalistas seriam “agentes que operam na realidade social ao mesmo tempo em que atuam no conjunto das produções simbólicas”, já que ações e opiniões dos diferentes grupos sociais deveriam submeter-se a prova de seleção jornalística para ter acesso ao debate público. Então, o campo jornalístico seria “o lugar de uma lógica específica, propriamente cultural, que se impõe aos jornalistas através das restrições e dos controles cruzados que eles impõem uns aos outros” (BOURDIEU, 1997b, p. 105).

O poder simbólico exercido pelo jornalismo leva esse campo a assumir posição importante no mundo social, sendo considerado essencial nas sociedades democráticas, desde seu surgimento.

[...] o jornalismo é reconhecido como a instituição por excelência da opinião pública, a qual erige como fonte única e exclusiva de legitimação das leis do estado de direito, minando o fundamento teocrático da monarquia e criando as bases da legitimação democrática da sociedade moderna (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 144-145).

Tal campo administra um direito humano que requer diligência especial na busca, produção e interação da notícia, de acordo com a confiança depositada nos jornalistas pelos cidadãos. Dessa forma, a “qualidade da democracia é baseada no grau de liberdade informativa dos cidadãos”, não existindo uma “democracia sem jornalismo ou jornalismo sem jornalistas” (VILLEGAS, 2019, p. 116-117).

Apesar disso, o jornalismo é uma atividade de autonomia reduzida, por causa da ausência de regras públicas claras em seu processo de produção e do poder exercido por outros campos sobre ele. A competência de acesso ao capital midiático é distinta conforme as classes sociais em movimento, ou seja, os capitais midiáticos estão em correlação com os capitais econômicos, políticos e culturais dos agentes individuais e institucionais (FERREIRA, 2005, p. 36-38).

O universo do jornalismo constitui uma estrutura que está sob a constante pressão de outros campos, principalmente do econômico por intermédio dos índices de audiência, mas exerce, ele próprio, uma pressão sobre todos os outros campos (BOURDIEU, 1997a, p. 77). Sendo assim, a produção jornalística não pode ser encarada como simples reflexo de imperativos econômicos ou pressões políticas, mas

como o resultado de relações de forças travadas dentro e fora do campo jornalístico (CARVALHO, 2017, p. 06).

A incidência de interesses de diferentes campos sobre o jornalismo pode fazer com que ele se transforme em instrumento de dominação, “desenvolvendo um discurso naturalizador para reprodução do sistema estabelecido” (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 145). Isso se dá principalmente pela cobertura política, na qual as notícias passam a imagem de que esse campo é “restrito à atuação dos profissionais políticos”, gerando “um sentimento de inércia por parte do público no que se refere a sua ação no espaço público” e alargando “a fenda entre representantes e representados” (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 154).

A dominação e a apatia podem ser geradas também pelo ritmo trepidante do processo informativo, que resulta em uma sociedade com mais notícias, mas menos informada,” justamente pelas “inércias sociais que deslegitimam o direito à informação” (VILLEGAS, 2019, p. 114).

A informação não informa, mas diverte. É um modelo usado com um objetivo lúdico e não crítico. Por isso, leva o público a se entreter-se ou ficar chocado, mas acostumado a um fluxo constante de notícias que o impede de pensar em qualquer uma delas para estabelecer relações que lhe permitem compreender a realidade (VILLEGAS, 2019, p. 114).

O jornalismo pode se converter em um mecanismo de violência simbólica ao contribuir para a “manutenção das desigualdades, elegendo, de forma deliberada, o que deve e o que não deve ser noticiado e, mais ainda, como deve ser noticiado, excluindo da pauta jornalística questões que, de algum modo, possam subverter a ordem vigente”. Essa violência é exercida por meio da “imposição de ideias, costumes e valores da elite dominante, ao custo da invisibilização e do silenciamento dos grupos sociais que não compõem essa elite” (CARVALHO, 2017, p. 07). Essa é uma violência invisível que se impõe por estratégias que disfarçam sua intenção e ocorre com a cumplicidade tácita dos que a sofrem e dos que a exercem, “na medida em que uns e outros são inconscientes de exercê-la ou sofrê-la” (BOURDIEU, 1997a, p. 22).

Em meio a essa complexa relação entre a função social do jornalismo e os interesses sociais, econômicos e políticos, é preciso não cair em uma definição maniqueísta do campo e entender os diferentes poderes em jogo.

O jornalismo, como qualquer atividade humana e social concebida no contexto de um embate entre forças emancipatórias e forças conservadoras, acaba sendo tangido pelas contradições históricas, atendendo a dois senhores ao mesmo tempo. Incompletas e tendenciosas seriam, portanto, compreensões maniqueístas dessa atividade, ora vista como desempenhando um papel reacionário, ora vista como força progressista, impulsionadora dos avanços da Humanidade (SILVA, 2010, p. 08).

É a partir desses elementos potencialmente explosivos que entram em conflito na “produção simbólica de uma práxis socialmente dilacerada é que surge, de um lado, o reconhecimento da ideologia espontânea das classes dominantes e, de outro, a possibilidade de expansão da ideologia revolucionária” (GENRO FILHO, 1987, p. 59).

### 3.3 O Campo Televisivo

Ao promover mudanças significativas na cultura durante o século XX, a televisão foi um dos campos no qual Bourdieu mais se deteve, sendo sua obra *Sobre a Televisão* (1997) uma das principais referências sobre o tema e um diálogo direto com o livro *O Elogio do Grande Público* (1996), do sociólogo francês Dominique Wolton. Devido à forte presença do veículo nos países latino-americanos, a TV também gerou interesse de pesquisadores da região (MARTÍN-BARBERO, 1997, 2001; REY, 2001; RINCÓN, 2002; SODRÉ, 2010).

Para Wolton (1996) a televisão não é um objeto nobre, mas “um ambiente de discursos convencionais, de clichês”. Esse aparato apresentaria uma face dupla, sendo uma delas formada por imagens e a outra pelo laço social. “O divertimento e o espetáculo remetem à imagem, isto é, à dimensão técnica. O laço social remete à comunicação, isto é, à dimensão social” (p. 11-12)

[...] a televisão tem duas dimensões indissociáveis, complementares e simétricas. Uma dimensão técnica ligada à imagem; uma dimensão social, ligada ao seu status de meio de massa. A força da televisão e, a nosso ver, a fonte de seu sucesso, é justamente essa aliança entre uma dimensão técnica e outra social. A técnica concerne à produção e à difusão de imagens relevantes de gêneros e status diferentes (informações, espetáculos, esportes). A dimensão social remete à recepção de massa em condições sociais e culturais muito diferenciadas (WOLTON, 1996, p. 65-66).

Já Sodré (2010) entende a TV como “uma técnica, um eletrodoméstico, em busca de necessidades que a legitimem socialmente”, uma vez que o surgimento dela não “veio atender a nenhuma espera específica e preexistente da comunicação social”. O autor acrescenta que ela faz parte de um “sistema de intervenção crescente do Estado, e de ampliação de seu poder, no âmbito do livre circuito da comunicação social” (p. 14).

A televisão também pode ser compreendida como uma atividade constitutiva da sociedade contemporânea, que reúne indivíduos e públicos que tudo tende a separar e oferece a possibilidade de participar individualmente de uma atividade coletiva (WOLTON, 1996, p. 15). Ela é assistida na cotidianidade familiar, e por isso, é pensada a partir de uma simulação do contato entre o meio e o receptor. Se baseia em uma retórica do direto, na qual é produzida uma falsa proximidade dos personagens e dos acontecimentos, em um discurso que familiariza tudo e que se organiza com “simplicidade, clareza e economia narrativa” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 294-295).

Para se inserir no tempo da rotina e do ritual da vida cotidiana, ela estabeleceu um ritmo que privilegia a repetição e a fragmentação. Dessa maneira, os produtos televisivos são produzidos a partir de gêneros, “que articulam narrativamente as serialidades, constituem mediação fundamental entre a lógica do sistema produtivo e a do sistema de consumo, entre a dos formatos e dos modos de ler, dos usos” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 296-298). O inesperado das imagens é organizado numa grade, que constitui um aquecimento temporário da percepção. “Essa ‘codificação’ das emissões tem uma função essencial de ponto de referência cultural e relembra que a recepção não é totalmente livre” (WOLTON, 1996, p. 70).

O fluxo televisivo também tem a tendência de constituir-se em um discurso que anula as diferentes posições ocupadas pelos sujeitos nos espaços sociais e, por conseguinte, a disputa por poder dentro do campo e entre os diferentes campos. Para falar ao máximo de pessoas, o discurso “deve reduzir as diferenças ao mínimo, exigindo o mínimo de esforço decodificador e chocando minimamente os preconceitos socioculturais da maioria” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 250).

[...] a televisão desenvolverá ao máximo a tendência à absorção das diferenças. E falo de absorção porque é esta sua forma de negá-las: exibindo-as livres de tudo aquilo que as impregna de conflitividade. [...] Ao conectar o espetáculo com a cotidianidade, o modelo hegemônico de televisão imbrica em seu próprio modo de operação um dispositivo paradoxal de controle das diferenças: uma aproximação ou *familiarização* que, explorando as semelhanças

superficiais, acaba nos convencendo de que, se nos aproximarmos o bastante, até a mais ‘distantes’, as mais distanciadas no espaço e no tempo se parecem conosco; e um distanciamento e ou *exotização* que converte o outro na estranheza mais radical e absoluta, sem relação conosco, sem sentido para nosso mundo (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 250-251).

Ao longo de sua evolução e da conquista de público as emissoras de TV espalhadas pela América Latina passaram a ser entendidas como uma indústria e um dispositivo cultural, e se tornaram “o local da visualidade que ritualiza formas de interpretar o mundo e classifica as maneiras de ver socialmente aceitas” (RINCÓN, 2002, p. 23). O papel transformador do veículo, afetou até mesmo as percepções de espaço e de tempo, que passaram a ser marcadas pelas experiências de simultaneidade e pela retórica do direto e do fluxo constante (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001).

O fluxo televisivo é mais do que uma experiência estética, pois remete aos novos modos de sociabilidade urbana da modernidade tardia, definida pela crise dos mapas ideológicos e pela erosão dos mapas cognitivos. Estes processos deixaram os sujeitos sem categorias de interpretação capazes de captar o rumo das transformações vertiginosas que estamos vivendo (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001), e isso abriu caminho para que os sujeitos fossem incorporando as categorias de interpretação geradas pela televisão.

Em meio à urbanização vivida e ao surgimento de uma sociedade de consumo durante o século XX, a televisão seria um “canal suplementar de circulação para os discursos de vigilância social no interior da família”, mas que se esconde sob o mito da informação, que insinua como natural a necessidade por uma informação centralizada e abstrata. O que ocorreria, no entanto, é que “as pessoas são informadas para que não busquem informação” e condenadas a “apenas ouvir, para nunca falarem” (SODRÉ, 2010, p. 48-49).

[...] o monopólio instituído pela televisão não se explica simplesmente pelo controle econômico das fontes de informação, mas pelo controle ideológico da fala, isto é, da possibilidade de resposta do ouvinte. A diversidade ou multiplicidade das fontes não quebra o monopólio, porque o essencial deste não está no controle dos meios de produção, mas no processo de significação, isto é, no controle do código (SODRÉ, 2010, p. 42-43).

Por outro lado, como “principal instrumento de percepção do mundo da grande maioria da população” a televisão contribui diretamente “para retratar e modificar as representações do mundo”. No entanto, não é simples determinar essa contribuição, pois “o choque que se produz entre a imagem e os quadros de recepção e de interpretação dos públicos impede uma leitura simples e unívoca” (WOLTON, 1996, p. 69).

A informação televisiva é aquilo que mais leva o espectador a ver e a se interessar pela marcha da história da qual ele está excluído como protagonista, “mas pela qual ele é responsável devido a seu status de cidadão de uma democracia de massa” (WOLTON, 1996, p. 69-70). Ao consumir notícias, os espectadores fazem uma triagem entre as milhares de informações recebidas, evitando serem sufocados e desorientados por aquelas que os perturbam.

[...] sua própria percepção política da realidade funciona como um filtro. São as suas opiniões ideológicas que lhes permitem escolher, aceitando mais aquilo que os conforte em suas opiniões e, muitas vezes, rejeitando o que os perturba. Além disso, é esse processo de integração filtrada de informações que explica a modificação muito lenta de opiniões, cujo contexto cultural de cada país desempenha um papel importante em face das fiéis preferências dos espectadores. Certamente, as informações difundidas são mais ou menos as mesmas e feitas da mesma maneira nos diferentes países, mas tudo é modificado por essas múltiplas variações que fazem com que os pontos de vista político, ideológico, geográfico, cultural de um alemão, de um francês e de um italiano permaneçam diferentes (WOLTON, 1996, p. 76-77).

Dessa maneira, é possível apontar que, apesar da tentativa de padronização, cada um dos espectadores vai receber o conteúdo de maneira própria, e não apenas enquanto consomem informação. Ao desenvolver a teoria das mediações, Martín-Barbero (1989) define a recepção de mensagens televisivas como um processo que “antecede e prossegue ao ato de ver televisão”, uma vez que o sentido primeiro apropriado pelo receptor é levado a outros cenários em que ele atua. O significado televisivo é negociado e não há garantias que os conteúdos de um programa de televisão sejam apropriados da mesma maneira. Os sentidos e os significados últimos são produtos de diversas mediações e “o processo de comunicação não se conclui com a sua transmissão, senão que propriamente aí se inicia” (LOPES, 2000, p. 100).

Os telespectadores, bombardeados diariamente com inúmeras mensagens televisivas, não são atingidos pelo conteúdo da mesma maneira; cada sujeito tem suas

próprias demandas sociais e culturais em relação à televisão. Variam as formas como eles selecionam os conteúdos e até mesmo os modos como compõem a própria programação ou desenham ritmos pessoais de recepção (MARTÍN-BARBERO; REY, 2001, p. 67). No entanto, os telespectadores escolhem dentro de um espectro que não é produto direto da própria escolha, o que leva à conclusão de que os telespectadores não nascem, mas são produzidos (GOMEZ, 2002, p. 244).

Apesar do avanço da internet, a televisão continua a ter uma centralidade midiática, sendo “o principal meio de entretenimento e de informação para muitos cidadãos” e “assume-se como vetor estruturante da realidade social”, que exerce influência sobre as agendas de campos sociais como o político, o econômico e o judicial. Dessa maneira, a TV se constitui como “organizador da visibilidade daquilo que se pensa ser de interesse (do) público, o que implica processos de seleção e, conseqüentemente, de exclusão”, ou seja, de produção de poder (LOPES; LOUREIRO; NETO, 2013, p. 05-06).

A partir de Habermas, os autores Lopes, Loureiro e Neto (2013) definem a televisão como um modelo de espaço público, que se encontra aberto a todas as temáticas, que não restringe a participação de pessoas e se baseia na racionalidade daquilo que é objeto de discussão (p. 06) Entretanto, eles lembram que o autor destaca que o consumo da televisão não exigiria um clima social de discussão e que a sua produção envolve-se numa lógica de lucro que rapidamente perde de vista o tal interesse comum, em meio até mesmo a manipulações. Por isso, seria necessário um espaço público televisivo acessível e plural que se enchesse de cidadãos livres, o que não configura tarefa simples (LOPES; LOUREIRO; NETO, 2013, p. 07).

Wolton (1996) também considera a televisão como o principal instrumento de informação e de divertimento da maior parte da população e, vai além, acredita que provavelmente é o mais igualitário e o mais democrático, podendo ser até mesmo um instrumento de libertação. Cada espectador se serve da TV como quer, sem ter de prestar contas a ninguém, o que “reforça o sentimento de igualdade que ela busca e ilustra o seu papel de laço social”. Igualitária e livre também “porque todo mundo assiste à mesma coisa, mas, quando a polissemia da imagem ajuda, não existe uma interpretação obrigatória, normativa ou ortodoxa” (p. 65-68).

É aí que reside a força da televisão como meio de massa: todo mundo assiste às mesmas imagens, mas ninguém vê a mesma coisa! Quer

dizer que o quadro de referências é ao mesmo tempo dado e produzido pelo meio de massa. A escala de difusão esboça o cenário no qual as imagens ganham sentido, mas a recepção de massa traz modificações que permitirão a essas imagens encontrarem o seu quadro de referências. Existe, portanto, uma interação: o meio de massa não é apenas uma correia de transmissão que permite que as imagens cheguem ao destino, mas contribui, ele próprio, com a evolução do quadro cultural no qual as imagens ganham sentido (WOLTON, 1996, p. 77).

O autor considera a TV brasileira uma ilustração perfeita do papel essencial da televisão generalista, já que ela é assistida por todos os meios sociais e constitui um poderoso fator de integração social. Ela contribui também para valorizar a identidade nacional ao atravessar as diferentes classes sociais, o que constitui uma das funções da televisão generalista nas sociedades democráticas e “é paradoxal neste caso, tendo-se em conta as grandes distâncias sociais entre os mais pobres, analfabetos, e os mais ricos” (WOLTON, 1996, p. 153-155).

Segundo a legislação que rege a comunicação no Brasil, incluindo a radiodifusão, a partir da Constituição de 1988, o sistema televisivo deve estar dividido no tripé formado por emissoras comerciais, estatais e públicas. Essas últimas compõem um subcampo bastante fragmentado e que luta por reconhecimento.

### **3.3.1 O Subcampo da Televisão Pública**

As emissoras públicas têm como objetivo o interesse público e isso deve se refletir na programação. Esta deve ser “voltada para a formação da cidadania, a educação, a democratização e a diversidade da informação, e a valorização da cultura, contemplando tanto a identidade nacional quanto os seus aspectos mais regionais ou locais” (MAGALHÃES, 2013, p.08). Na TV pública os espectadores não são clientes, mas sujeitos de direitos, uma vez que um dos principais objetivos da programação é emancipar e não lucrar.

Ao atravessar o véu criado, no imaginário, por uma espécie de “visibilidade padrão”, definida pela indústria do entretenimento, a emissora pública é aquela que estimula inovações de linguagens em relação às linguagens empregadas pela comunicação comercial. Ao fazer isso, ela põe em xeque a ideia de que o produto multimídia seja destinado única e tão somente ao consumo individual, à fruição imediata (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012, p. 15).

Entretanto, o que se percebe, pelo menos na América Latina, é que a TV pública ou se parece demais com a comercial ou adota um caráter supostamente educativo, que lhe tira a criatividade, o sentido de inovação e a afasta irremediavelmente das audiências (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 91). Como causas que levam às emissoras a assumirem um dos caminhos pode-se apontar a ingerência de diferentes governos, que entendem os veículos públicos como estatais ou institucionais; a inexistência de políticas públicas que fortaleçam essa modalidade; dificuldades de financiamento e equipes reduzidas.

O cenário da TV pública no Brasil é ainda mais complexo. Primeiro porque a radiodifusão privada estava em pleno funcionamento desde a década de 1950, mas o sistema público jamais havia sido testado (THOMAZ, 2015, p.15). Além disso, as emissoras que compõem o campo têm origens, estruturas e finalidades distintas, com diferentes regulamentações. O setor é formado pelas TVs educativas, regulamentadas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, e os canais básicos de utilização gratuita (comunitários, legislativos, executivos, judiciários, educativos e universitários), definidos pelo artigo 23 da Lei 8.977 (OLIVEIRA, 2017, p. 06).

Ademais, a televisão pública brasileira parece ser ainda “apenas um rótulo, ou no máximo um projeto”. Um rótulo para os que julgam ineficiente o conceito de TV Educativa, o único que se distingue legalmente como televisão não-comercial. Outros “encaram o conceito como uma meta, um projeto político-cultural de transformar a TV educativa existente, quase toda estatal, em efetivo organismo sob controle da sociedade, livre das ingerências políticas dos governantes” (PRIOLLI, 2008, on-line).

O adjetivo público para a comunicação também pode ser compreendido como um mero pleonasma em termos puramente teóricos e tem sido tratado como uma inutilidade (SIGNATES, 2019, p. 51). Ou seja, até mesmo o termo TV pública não é consenso no país.

A definição do que é TV pública no Brasil é algo ainda pouco consolidado tanto entre as emissoras e os gestores públicos quanto na literatura acadêmica. A acepção mais recorrente é aquela que identifica esta modalidade como a que mantém uma autonomia mínima de mercados e governos. Exemplo relevante é a conceituação dada pela Carta de Brasília, documento Final do 1º Fórum Nacional de TVs Públicas, realizado entre 8 e 11 de maio de 2007 em Brasília: “A TV Pública deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado, devendo seu financiamento ter origem em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não-contingenciáveis” (VALENTE, 2009a, p. 07).

Com o intuito de delimitar o conceito de TV pública no Brasil, Valente aponta três diferentes âmbitos da radiodifusão, baseados na titularidade do veículo ou na natureza institucional de seu explorador. Se o ente operador do veículo de comunicação é uma organização privada, seja uma empresa, uma fundação ou uma associação civil, o meio pertencerá ao sistema privado. Se o operador for um dos poderes das três esferas da Federação, governo, parlamentos e tribunais ou órgãos da administração indireta, o veículo pertencerá ao sistema estatal. Por fim, se o ente for uma companhia estatal com uma estrutura institucional que garanta a autonomia de gestão e financeira, o veículo de comunicação será enquadrado no sistema público (VALENTE, 2009a, p. 94).

Diferente do modelo comercial, controlado por empresas, e até mesmo do modelo estatal, controlado diretamente pelo Estado, as emissoras entendidas como televisões públicas devem contar com a participação da sociedade civil, por meio de conselhos curadores e ouvidorias. Consequentemente, elas estão inseridas no debate acerca da democratização da comunicação no Brasil, o qual defende “a pluralidade de atores e conteúdos, que favoreça a diversidade cultural característica do país, bem como o fortalecimento das instituições público-estatais como espaço de independência do interesse mercantil e de abertura ao controle público” (PREVEDELLO, 2015, on-line).

Para despertar o interesse do público é necessário oferecer outras maneiras de confrontar os temas que concernem aos cidadãos (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 70).

Amplia-se o público, ao fazer visíveis preocupações de atores que, de outro modo, não se notariam, ao estender os limites do reconhecimento dos ‘outros’, ao qualificar as compreensões que os cidadãos têm de seus problemas ou das orientações das decisões de seus governantes. [...] ao contribuir para constituir o público a partir de uma isonomia cidadã, isto é, ao fortalecer a igualdade diante da lei de todos os cidadãos, bem como a sua adequada participação no poder (MARTÍN-BARBERO, 2001, p. 86-87).

Na busca de um público próprio, as televisões públicas precisam encontrar equilíbrio entre uma programação orientada para a maioria da sociedade, com uma programação especializada que leve em conta os direitos das minorias (MARTÍN-BARBERO, 2001; REY, 2002) e seja ancorada na promoção do conhecimento.

Para rearticular algumas das mediações seria necessário que as emissoras do espectro público tentassem reduzir a brecha entre os diferentes estratos sociais, dirigindo-se às minorias excluídas das programações de outras televisões (GOMEZ,

2002, p. 257-258). Por conseguinte, elas poderiam se configurar como “uma alternativa, um antirreferencial, um lugar onde a prioridade é a integração, a comunicação na acepção correta e etimológica, de colocar em comum” (MAGALHÃES, 2002, p. 50).

Para tanto, devem recuperar os aspectos prazerosos, divertidos, significativos, sedutores e afetivos que promovem a televisão, a cultura e a educação; devem ampliar as possibilidades simbólicas de representação, de reconhecimento e de visibilidade para a construção da cidadania e da democracia; e devem produzir por meio de espaços transparentes e participativos (RINCÓN, 2002, p. 30-31). Essa televisão comum e atrativa pode se constituir como cenário propício para a reconstrução do pacto fundamental com o projeto de democracia que inclua todos os cidadãos (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 59).

### **3.3.2 O Subcampo do Telejornalismo**

O telejornalismo se constitui como um subcampo e está na interface entre os campos televisivo e jornalístico, devendo se ater às regras e determinações de ambos. Na televisão as informações essenciais para a tomada de decisões no meio social são oferecidas pelo telejornalismo, gênero que se funda no contrato com o telespectador de “tornar visível os acontecimentos de destaque” (COUTINHO, 2012, p. 39). A informação telejornalística remete à oralidade e situa o espectador como uma testemunha do fato noticiado e as notícias como uma narrativa do cotidiano, como uma imagem do presente. Por isso, o interesse humano, a carga conflitual e o caráter testemunhal são importantes na definição do que pode ser conteúdo para TV (COUTINHO, 2012).

Dentro da programação televisiva, o programa jornalístico pode ser considerado um gênero específico, “um certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado em uma cultura” (MACHADO, 2000, p. 68). Ou seja, uma modalidade relativamente estável de organizar imagem e som, uma esfera de intenção mais ou menos bem definida, no interior da qual os enunciados podem ser codificados e decodificados de forma relativamente estável por produtores e espectadores (MACHADO, 1999, p. 144).

O gênero é um “modo de situar a audiência televisiva, em relação a um programa, em relação ao assunto nele tratado e em relação ao modo como o programa se destina ao seu público” (GOMES, 2007, p. 18).

Os programas telejornalísticos são, então, considerados como uma variação específica dentro da programação televisiva, enquanto compoendo, no seu conjunto um gênero – programa jornalístico televisivo, que obedece a formatos e regras próprias do campo jornalístico em negociação com o campo televisivo. Os telejornais, programas de entrevistas, documentários televisivos, as várias formas de jornalismo temático (esportivos, rurais, musicais, econômicos) são variações dentro do gênero: podemos chamá-los subgêneros ou formatos (GOMES, 2007, p. 19).

Esse formato televisivo é rigidamente codificado e centralizado, mas com discurso polifônico. Ele se baseia em um “efeito de mediação”, no qual repórteres, portas vozes, testemunhas oculares e outros sujeitos falantes se dirigem para a câmera e constroem versões de um acontecimento. (MACHADO, 2000, p. 104-108).

Coutinho (2012) aponta a existência de “uma dramaturgia do telejornalismo”, a partir da qual o espectador experimenta “pequenos e grandes dilemas cotidianos, emoções de anônimos e autoridades, editadas segundo uma série de características que as aproximam das narrativas de ficção” (p. 10). Essa estruturação pode reforçar e perpetuar maneiras convencionais de pensar, pois o público percebe o espetáculo jornalístico como real e autônomo (COUTINHO, 2012).

Para Bourdieu (1997b) o desenvolvimento da televisão criou condições ideais para a deturpação da prática jornalística, principalmente em seu papel de serviço público. Para o autor, o telejornalismo exerce uma violência simbólica sobre o público, sendo um “formidável instrumento de manutenção da ordem simbólica”, sobre o qual recai uma censura invisível. Essa censura seria exercida tanto por agentes externos, como as leis de mercado e os índices de audiência, quanto por agentes internos, o que chega a se constituir como uma autocensura (BOURDIEU, 1997b, p. 20).

No interior do campo televisivo, o jornalista tem que lidar com a escassez de tempo e a conseqüente definição antecipada dos temas a abordar, das pessoas a ouvir e do tamanho que será dado a cada um dos produtos. Além disso, existe uma conformidade dentro da categoria, já que os profissionais compartilham *habitus* do campo jornalístico. Na maioria das vezes, eles têm formação e origens sociais semelhantes, compartilham certos pontos de vista, leem os trabalhos uns dos outros, se conhecem e se encontram constantemente (BOURDIEU, 1997b, p. 50).

Outra forma de filtrar o conteúdo a ser exibido nos programas noticiosos na televisão se dá na relação do jornalismo com outros campos. Os representantes desses

campos são reconhecidos como boas fontes mais por se adequarem ao campo televisivo do que pelo domínio que têm da área. Ao se relacionarem com a TV, os agentes de outros campos não podem falar em seus próprios termos e a partir das regras de seus campos, tendo que se submeter ao código telejornalístico. Os sujeitos aceitam participar de programas de TV sem que possam realmente dizer alguma coisa, estando ali sobretudo para se fazerem ver e serem vistos (BOURDIEU, 1997a, p. 16).

Os programas telejornalísticos chamam convidados que falam no ritmo da televisão, valorizando um agir estratégico orientado para determinado fim: o êxito pessoal de quem fala e da estação que coloca esse interlocutor em cena. Para tal êxito, é exigido que os entrevistados centrem o discurso naquilo que importa dizer, sejam atrativos e retenham o espectador. Isso torna a porta de entrada da TV extremamente estreita para aqueles que querem entrar. Para “fixarem as tais audiências, esses convidados precisam de acumular alguma notoriedade pública e mediática que progressivamente os converte em celebridades” (LOPES; LOUREIRO e NETO, 2013, p. 08-13).

Na procura por “celebridades”, nem sempre o mais habilitado para falar de determinado assunto é o convidado. Mas, ao contrário das celebridades do entretenimento, as do telejornalismo são mais estáveis, já que sua notoriedade vem em grande parte do estatuto social que resulta do cargo que ocupam ou da profissão que exercem. “O capital simbólico acumulado no campo social e o capital simbólico representado dentro da TV reforçam-se mutuamente” (LOPES; LOUREIRO e NETO, 2013, p. 14).

A escolha das fontes se alinha com uma prática consolidada no campo, a de atrair atenção para fatos que supostamente interessam a todos, os “fatos-ônibus”. Eles não devem chocar ou envolver controvérsia e, principalmente, não devem abordar nada importante, sendo, conseqüentemente, responsáveis por banalizar e despolitizar o que se veicula. No entanto, esses fatos são percebidos como importantes para a manutenção do campo, na medida em que ocultam coisas preciosas e permitem que o telejornal convenha a todo mundo, ao confirmar as coisas já conhecidas e manter intocadas as estruturas mentais (BOURDIEU, 1997a, p. 23).

De forma antagônica ao que foi apontado no final dos anos 1990 pelo sociólogo francês, Ferreira (2005) ressalta que os receptores da informação não são passivos.

A produção social de sentido se dá a partir da interação de indivíduos, instituições e campos sociais com as mídias, nos jogos específicos da linguagem e dos discursos sociais. O conceito de circulação, aqui, deve subsumir os de recepção e produção. Essa subsunção tem efeitos profundos na pesquisa de comunicação. O sentido não está lá, nem aqui, mas entre dois, num espaço de produção social de sentidos imprevisíveis (FERREIRA, 2005, p. 43).

Ademais, o espectador tem se afirmado como fonte de informação, tornando-se, ao mesmo tempo, um agente vigilante e vigiado da sociedade e isso levou a uma mudança na relação do telejornalismo com as audiências. Se há pouco tempo o jornalista presumia a sua audiência, a qual precisava ser informada por intermédio de um discurso noticioso de pendor pedagógico (VIZEU, 2006), hoje ele dispõe de inúmeras formas de saber o que o seu público conhece, para além da métrica das audiências (SÁ, 2019, on-line).

Ao voltar seu interesse para aquilo que seria de interesse do público, o campo jornalístico permite que a seleção das informações fique submetida ao campo econômico, materializado na lógica de mercado e na concorrência entre os produtores. Essa lógica torna o conteúdo homogêneo, uma vez que os profissionais acabam por imitar uns aos outros em busca de sucesso comercial.

O índice de audiência é a sanção do mercado, da economia, isto é, de uma legalidade externa e puramente comercial, e a submissão às exigências desse instrumento de marketing é o equivalente exato em matéria de cultura do que é a demagogia orientada pelas pesquisas de opinião em matéria de política. A televisão regida pelo índice de audiência contribui para exercer sobre o consumidor supostamente livre e esclarecido as pressões de mercado, que não têm nada de expressão democrática de uma opinião coletiva esclarecida, racional, de uma razão pública, como querem fazer crer os demagogos cínicos (BOURDIEU, 1997a, p. 96-97).

Além do conteúdo, Wolton (1996) destaca que a forma do telejornalismo também se tornou homogênea, a “ideologia do jornalismo neutro e distanciado serviu de modelo e de referência para os informativos de todas as televisões do mundo”. Assim, elas copiaram o modelo triste, estudado e com mobilidade reduzida dos apresentadores de programas telejornalísticos dos Estados Unidos, e por isso, os apresentadores têm o mesmo estilo em todo o mundo (p. 144).

Por outro lado, a falta de autonomia do campo jornalístico perante outros campos, como o da política, da publicidade, do entretenimento ou das audiências,

dificulta o estabelecimento das fronteiras formais ou simbólicas dele. “Esta constrição intensifica a nebulosidade do espaço em que jornalistas, administradores, políticos, anunciantes e públicos atuam num jogo de forças que se centra numa disputa constante pela decisão do que deve ou não deve ser noticiado” (SÁ, 2019, on-line).

Deparamo-nos, por conseguinte, com uma cadeia de dependências do jornalismo: a dependência das organizações de notícias dos financiamentos dos anunciantes, a dependência da métrica das audiências para a valoração do pagamento da publicidade, e a dependência dos públicos e das audiências que querem ter uma voz cada vez mais ativa na produção noticiosa (SÁ, 2019, on-line)

Apesar das bases difusas do telejornalismo, pesquisadores se distanciam da avaliação negativa de Bourdieu e destacam a promoção da vida em democracia como fim último da prática jornalística. O *ethos* do jornalismo continua incorporado na prática da democracia, estando ligado “à exposição e discussão públicas dos temas considerados importantes para a vida dos cidadãos e para a prática da cidadania ativa”. Assim o campo jornalístico pode ser definido como um “vigilante do poder político e protetor dos cidadãos contra possíveis excessos dos governantes” (SÁ, 2019, on-line).

Na falta de espaços políticos de expressão e negociação dos conflitos, a TV pode se constituir como um “ator decisivo das mudanças políticas, em protagonista das novas maneiras de fazer política” (MARTÍN-BARBERO, REY, 2001, p. 41). Sob essa perspectiva, o telejornalismo deve ser considerado um bem social e um serviço público. “Como veículo de comunicação, a TV seria inseparável de um espaço público, nacional, construindo por meio de seu laço social a noção e o sentimento de coletividade de uma nação” (COUTINHO, 2012, p. 26).

### **3.4 O Campo Acadêmico**

O campo acadêmico/científico se constitui como um espaço condicionado pelas relações objetivas entre professores, estudantes, gestores e agências financiadoras da produção acadêmico-científica. Estes agentes “incorporam a lógica específica do campo, assumindo atos instintivos e semiconscientes de comportamento visando a maximização do lucro de acordo com formas simbólicas correntes” (FERNANDES, 2019, p. 924-933).

Esse campo é responsável pela produção e disseminação de ciência, cultura e tecnologia, mediante procedimentos que lhes são próprios. Dentro dele há uma hierarquização das formas predominantes de ação, sendo a pesquisa a atividade principal, seguida do ensino e da extensão (CUNHA, 1989). A universidade é o locus da produção de conhecimento e tem papel fundamental na vida social, já que seu posicionamento em relação a temas como economia, política e sociedade pode interferir na direção adotada pelo Estado. Dessa forma, cabe a ela não somente a formação de profissionais, mas, “principalmente e efetivamente, operar junto à comunidade no sentido de disseminar o conhecimento produzido e produzir conhecimentos e técnicas que contribuam para o desenvolvimento da vida social” (LIMA, 2011, p. 14).

Por outro lado, a universidade pode ser entendida como “uma prática social fundada no reconhecimento público de sua legitimidade ou de suas atribuições, num princípio de diferenciação, que lhe confere autonomia perante outras instituições sociais”. Essa autonomia se concretiza por meio de ordenamentos, regras e valores de reconhecimento e de legitimidade internas, ou seja, de “operações definidas como estratégias balizadas pelas ideias de eficácia e sucesso no emprego de determinados meios para alcançar o objetivo particular que a define” (CHAUI, 1999, p. 3).

A universidade surgiu a partir do desenvolvimento econômico, político e cultural da Europa no século XI e da ascensão da nova burguesia, que exigia espaço na vida intelectual e passou a se reunir em sociedades civis autônomas para o ensino de diferentes ofícios, dando origens às bases do que hoje entendemos como universidade. Essas instituições romperam com a Igreja, até então responsável pela educação superior e única instituição medieval que poderia outorgar o título necessário ao magistério. As universidades iniciaram suas atividades voltadas para o ensino, depois incorporam a pesquisa como tarefa essencial no século XVII e no século XX agregam a extensão para aproximar o fazer acadêmico da vida social, chegando à contemporaneidade amparadas no tripé: ensino, pesquisa e extensão (LIMA, 2011, p. 26).

Segundo Boaventura, o ideal clássico de universidade começou a se descaracterizar no século XX, a partir dos anos 1960, por causa de inúmeras funções que passaram a ser atribuídas a ela, como prestação de serviços, fornecimento de mão de obra qualificada, fortalecimento da competitividade da economia, mobilidade social para os filhos de famílias operárias, preparação de pessoas para o exercício de liderança social e até mesmo estabelecimento de paradigmas para a aplicação de políticas públicas (SANTOS, 1995).

Por conseguinte, ela passa a viver diferentes crises. A primeira seria uma crise de hegemonia, já que a sua incapacidade para desempenhar funções contraditórias leva os grupos sociais atingidos pelo seu déficit funcional a procurar meios alternativos de atingir os seus objetivos. A universidade sofre também uma crise de legitimidade à medida que sua credibilidade é posta em questão e o seu papel social deixa de ser consensualmente aceito. A crise institucional é a mais visível de todas e ocorre quando se pretende impor modelos organizativos vigentes em outras instituições tidas como mais eficientes, como as empresas (SANTOS, 1995, p. 190).

No Brasil a universidade surgiu apenas em 1922 quando foram unidos os cursos politécnicos de direito e medicina para dar origem a uma universidade no Rio de Janeiro, capital federal na época, a qual durou apenas o tempo necessário para conceder o título de *Doutor Honoris Causa* ao rei da Bélgica, que estava em visita no Brasil. No entanto, a primeira instituição a ser constituída efetivamente como universidade foi a Universidade de São Paulo, criada em 1934. Nas décadas seguintes foram criadas outras instituições de ensino superior no país, a partir da junção de diferentes cursos superiores que funcionavam de forma independente desde a chegada da família real portuguesa em 1808.

O Artigo 205 da Constituição Federal afirma que a “educação, direito de todos e dever do Estado e da família, será promovida e incentivada com a colaboração da sociedade, visando ao pleno desenvolvimento da pessoa, seu preparo para o exercício da cidadania e sua qualificação para o trabalho”. Já o Artigo 207 destaca que “a universidade goza de autonomia didático-científica, administrativa e de gestão financeira e patrimonial e obedecerá ao princípio de indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão” (BRASIL, 1988).

Já a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Brasileira determina que “as universidades são instituições pluridisciplinares de formação dos quadros profissionais de nível superior, de pesquisa, de extensão e de domínio e cultivo do saber humano”. Segundo a determinação legal elas se caracterizam por produção intelectual institucionalizada mediante o estudo sistemático dos temas e problemas mais relevantes, e devem ser compostas por corpo docente com, pelo menos, um terço de profissionais com titulação acadêmica de mestrado ou doutorado e em regime de tempo integral (BRASIL, 1996).

Fernandes (2019) acredita que uma nova universidade que se configurou no Brasil no século XXI, quando passou a privilegiar a produção do conhecimento

matéria-prima, ou seja, a “formação de profissionais capazes de atuar e desenvolver atividades altamente qualificadas no mercado de trabalho, bem como gerar conhecimentos novos e inovações tecnológicas”. Dessa maneira, o sistema econômico, assim como o Estado já o fazia, começou a desempenhar papel de dominação sobre o campo da educação superior, a qual passou a ser vista como produto que maximiza os lucros do capitalismo e não mais como direito social (p. 928).

A autora aponta ainda que as universidades utilizam “a ideologia do dom e a meritocracia como elementos fundamentais no processo de reprodução das desigualdades escolares e sociais”, uma vez que legitimam a ideia de que as aptidões ao êxito acadêmico são disposições inatas e ocultam que tais disposições são adquiridas no âmbito social e familiar (FERNANDES, 2019, p. 926).

A aposta do campo acadêmico-científico é o conhecimento e seu capital específico é a autoridade científica, respaldada pela ideia de meritocracia. Para que o jogo exista é necessário que os jogadores acreditem nele, acreditem no valor da aposta e tenham interesse (illusio) em jogar por essa aposta. [...] A formação do estudante como cidadão político tem cedido espaço para a formação de competências individuais e profissionalizantes, destacando-se a supervalorização de conceitos como o mérito e o produtivismo acadêmico, entendidos como estratégia de controle e adequação ao capitalismo (FERNANDES, 2019, p. 931).

Além de sofrerem dominação por parte do campo econômico e de enfrentarem as crises apontadas por Santos (1995), as universidades federais brasileiras têm vivido também uma crise financeira, uma vez que sofreram sucessivos cortes de verbas destinadas ao custeio das estruturas e ao incentivo à pesquisa durante o governo de Jair Bolsonaro. O mais recente deles ocorreu em 24 de junho de 2022, foram editadas portarias que remanejaram recursos que estavam bloqueados em vários ministérios. A portaria 5.327/2022 remanejou recursos do MEC e da EBSEH e a portaria 5.649/2022 se ocupou de remanejar verbas de vários ministérios, sobretudo do MEC, e com isso os valores aprovados na LOA/2022 que ainda estavam remanescentes para as universidades, num total de cerca de 220 milhões, foram redirecionados para o Programa de Garantia de Atividade Agropecuária (ANDIFES, 2022).

Em meio a esse cenário conturbado, a universidade ainda pode assumir a função de produzir conteúdo educativo e científico para a televisão, por meio das emissoras universitárias. Dessa maneira, a TV universitária nasce na imbricação entre o saber

produzido pelas instituições de ensino superior e o saber produzido pela televisão, sendo que há profundas diferenças conceituais e práticas entre os dois campos.

Esse tipo de emissora aglutina *habitus* dos dois campos originalmente distintos, o televisivo e o acadêmico, se encontra na imbricação deles e acaba por não atender integralmente às expectativas de nenhum. No âmbito acadêmico ela não se legitima como elemento da universidade e no campo televisivo não se configura como veículo de comunicação com linguagem e objetivos próprios (LIMA, 2011, p. 05). Por conseguinte, a televisão universitária busca reconhecimento por parte da comunidade acadêmica, na qual estão seus principais agentes, mas também tem que pensar para além dos muros da universidade (LIMA, 2011, p. 137).

### **3.5 Relações entre os Campos Jornalístico, Televisivo e Acadêmico na Constituição das Televisões Universitárias Brasileiras**

Para a análise da constituição do telejornalismo das emissoras ligadas às IES e de que maneira como este atende aos requisitos da comunicação pública é necessário pensar nas relações de força estabelecidas dentro dos campos jornalístico, televisivo e acadêmico e as interações estabelecidas entre eles e com outros campos; assim como avaliar como a imbricação de diferentes *habitus* no subcampo da televisão universitária brasileira. Dessa maneira, podemos compreender melhor as relações históricas condicionantes e condicionadas que determinam as disputas de poder dentro do ecossistema comunicacional no Brasil e o espaço ocupado pelas emissoras não comerciais nele.

O Campo Público de Televisão no Brasil é formado por entes que apresentam mais diferenças do que similaridades entre si; e por isso, o que une as emissoras educativas, universitárias, comunitárias e legislativas em um mesmo grupo é a crença compartilhada de que elas têm caráter público e por isso, não devem ter finalidades comerciais. Em decorrência da falta de compreensão do que é a comunicação pública e de coesão entre os interesses dos agentes do campo, essas emissoras ainda não foram capazes de acumular capital simbólico para ocuparem espaço privilegiado no sistema midiático nacional.

Por sua vez, as emissoras comerciais, que deram origem a TV no Brasil, dominam esse sistema, por meio dos diferentes tipos de capital acumulados em mais de 60 anos de existência. O capital econômico e político é garantido pelos sujeitos que

estão à frente desses veículos, quase sempre pertencentes a grupos políticos ou intimamente ligados a eles; o que garante a manutenção de práticas que privilegiam seus interesses. O capital cultural e social é acumulado por meio de produções audiovisuais que formam o gosto do público e determinam, em certa medida, como os espectadores entendem a própria realidade e o mundo à sua volta.

Em decorrência da dominação exercida pelas emissoras privadas, a linguagem comercial predomina na televisão em detrimento de um modelo público, que ainda é inexistente no país. A televisão pública no Brasil é como uma subcultura, que se define pela distância em relação à cultura dominante, representada pelo sistema comercial. As relações que se estabelecem entre o campo e subcampo são de imitação, com o uso dos mesmos recursos estilísticos e conteúdo similar ao das emissoras privadas pelas produções públicas; ou são uma tentativa de afastamento baseada na premissa limitante de que o conteúdo não comercial deve sempre ter caráter educativo.

A linguagem comercial dominante imprimiu suas marcas também no telejornalismo, um gênero que mimetiza o modelo estadunidense e que já está codificado no imaginário dos telespectadores e até mesmo dos profissionais, ensinados nos bancos da faculdade e durante as experiências profissionais que esta é maneira de se fazer jornalismo na TV. Os profissionais que trabalham nas televisões universitárias coadunam com a dominação ao imitar o sistema de produção comercial, mesmo quando produzem conteúdos educativos e apesar de saberem que têm menos recursos financeiros e estruturais para se equiparar às emissoras privadas.

Por outro lado, o telejornalismo das emissoras universitárias pode fazer frente a essa dominação ao produzir conteúdo que complemente o que os outros entes do setor da radiodifusão produzem. Isso pode ocorrer principalmente se elas assumirem que o senhor da comunicação pública é o público e que os conteúdos devem ser produzidos visando seus interesses, que podem ser conhecidos por meio da interação direta com os cidadãos. Também quando os conteúdos jornalísticos possibilitarem a expressão dos grupos silenciados pela comunicação comercial no espaço público televisivo e assumirem uma posição consciente de inclusão desses atores no processo de produção.

Essa inclusão passa pela divulgação e popularização do conhecimento produzido pelas Instituições de Ensino Superior por meio de uma das formas mais democráticas de comunicação, a televisão. A TV universitária e o jornalismo produzidos por ela podem aproximar os pesquisadores, suas fontes privilegiadas, dos espectadores, seus chefes em última instância. Para isso é preciso adaptar a linguagem acadêmica para a televisão,

integrando e transformando os modos de conduta já incorporados nesses dois campos. A partir dessa aproximação, a universidade pode se consolidar como promotora de um direito social e não apenas como formadora de mão-de-obra para o mercado.

Ademais, é necessário que os cidadãos não sejam vistos apenas como público ou como fonte, eles devem ser integrados à produção e devem ser capazes de entender e de avaliar os códigos de produção do conteúdo jornalístico. Com a participação do público no seu processo de produção, a televisão universitária poderia se tornar um espaço público televisivo acessível e plural, ocupado por cidadãos livres.

#### **4. Modelo de Análise para o Telejornalismo da Televisão Universitária**

A pesquisa que se segue tem como objeto central a produção jornalística das televisões universitárias brasileiras e busca identificar como se constitui o telejornalismo de emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior, que atuam em concessões de radiodifusão e na TV paga, e como ele se relaciona com os princípios da radiodifusão pública elencados pela Unesco (2001). Para tanto, usou uma combinação de métodos de análise dos dados coletados, por meio da triangulação metodológica. Também chamado de multimétodo ou validação convergente, é uma maneira de amenizar problemas com credibilidade em pesquisas ao adotar como estratégia de investigação múltiplas visadas e métodos de obtenção de informações (AZEVEDO et. al., 2013).

A triangulação pode conduzir a resultados mais credíveis, pois acrescenta rigor, complexidade, amplitude e profundidade à pesquisa, além de limitar os vieses pessoais e metodológicos. Para melhorar a precisão são utilizadas metodologias distantes, dados coletados de diferentes formas e analisados com distintos métodos, permitindo que o pesquisador se posicione em pelo menos dois pontos de vista para ajustar a adequada distância e angulação. De tal maneira, espera-se produzir um retrato mais completo e holístico do fenômeno estudado (AZEVEDO et. al., 2013).

Seguindo a metodologia, foi definido que o desenvolvimento da análise se daria a partir de três frentes. A primeira é a delimitação conceitual dos princípios que devem reger a radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDES, 2012) e das características do telejornalismo da TV pública (COUTINHO, 2013). A segunda frente deriva da anterior e compreende a definição dos indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, que visa apontar o que se espera da produção jornalística dessas emissoras na prática. Tais indicadores serão base para uma análise da produção telejornalística, feita por meio de uma adaptação do método de análise televisual (BECKER, 2012).

##### **4.1 Os Princípios da Radiodifusão Pública**

Para alcançar o objetivo a que se propõe essa pesquisa será necessário identificar se os princípios que regem a radiodifusão pública influenciam a produção das televisões universitárias, uma vez que essas emissoras fazem parte do Campo

Público de Televisão no Brasil. Dessa maneira, buscou-se delimitar quais são os princípios elencados pela UNESCO (2001) e posteriores desdobramentos e contribuições que permitem adaptar o conceito às transformações tecnológicas e sociais ao longo das últimas décadas.

A radiodifusão pública é norteada por princípios que se diferenciam dos critérios utilizados pelos meios comerciais, como lucro, produtividade, audiência e anunciantes. Dessa maneira, os meios públicos podem corrigir os desequilíbrios do mercado informacional dominado pelas emissoras comerciais, cujos ideais são contrários à democracia e tem dominado o cenário midiático, e reduzir a concentração dos meios de comunicação. O que ainda não ocorreu na América Latina, uma vez que a radiodifusão pública tem atuado em um marco de desprestígio, baixa audiência e nenhuma competitividade com os veículos privados (BECERRA e WAISBORD 2015, p. 15-1).

Por outro lado, a comunicação pública não pode ser confundida com estatal, uma vez que o modelo de serviço público se desenvolve segundo a ideia de que nem o mercado nem o Estado podem cumprir adequadamente as missões da radiodifusão pública nem garantir a observância do interesse público (UNESCO, 2001, p. 10). Dentre essas missões estão a universalidade, que pressupõe uma programação acessível em todo o território, com obrigação de se dirigir ao conjunto da população e de ser utilizada e compreendida pelo maior número de cidadãos; e a diversidade de interesses e de gêneros, que deve refletir o leque de debates da sociedade (UNESCO, 2001, p. 13-14).

Outras duas missões da radiodifusão pública são a independência, que permite a livre expressão e a circulação de informações, opiniões e críticas, e deve ser garantida principalmente pela liberdade diante das pressões comerciais e do poder político; e a especificidade do o serviço oferecido, o qual deve se diferenciar das produções comerciais por meio de inovações e da criação de novos espaços e novos gêneros. Não se trata de produzir exclusivamente gêneros que não interessam aos serviços comerciais, mas sim de fazer as coisas de maneira diferente, de modo que o público diferencie a radiodifusão pública da comercial (UNESCO, 2001, p. 14-15).

Os princípios e finalidades das emissoras públicas foram debatidos e complementados por diferentes autores ao longo das últimas décadas e por isso, é preciso acrescentar na atual análise alguns desdobramentos dos conceitos da Unesco (2001). Um deles são as “sete teses” da comunicação pública, apresentadas por Cifuentes (2002, p. 147-152):

1. Tese da autonomia: gerada por um estatuto jurídico que proporcione autonomia com relação ao governo em exercício;
2. Tese do pluralismo: programas informativos e de debate devem abarcar diversidade política, religiosa, étnica, de gerações, de gênero e regiões de um país;
3. Tese do estilo cidadão: adotar o ponto de vista do cidadão, do ser humano comum que não sabe e busca informação assistindo às notícias;
4. Tese do perfil programático próprio para audiências maciças: a programação busca atingir o grande público e deve ser dada ênfase à produção de programas nacionais;
5. Tese da atitude inovadora: a produção se volta para a busca permanente de novos gêneros e formatos, a partir da experimentação artística, do fomento à criatividade e à inovação, e da exposição de rostos e vozes marginalizados pelos outros meios;
6. Tese da descentralização: mostrar a diversidade do território a partir da televisão local;
7. Tese do autofinanciamento: combinação de diferentes fontes de financiamento que permita a viabilidade de um projeto de televisão pública autônoma e pluralista (CIFUENTES, 2002, p. 147-152).

Mendel (2012), por sua vez, aponta que os veículos públicos devem atender a características mínimas, como a disponibilidade geral em termos geográficos; a atenção à cultura nacional e ao noticiário local; a independência de interesses do Estado ou comerciais e a imparcialidade da programação. Por meio da observância de tais diretrizes a radiodifusão pública pode auxiliar no fortalecimento da cidadania e “os indivíduos podem exercitar a plena cidadania, escolhendo entre perspectivas concorrentes, à medida que se engajam no processo de tomada de decisões públicas” (p. 11). As diretrizes apresentadas devem ser observadas também pelos setores responsáveis pelo conteúdo jornalístico; sendo assim, a programação telejornalística das emissoras públicas deve garantir que o público receba informações politicamente equilibradas (MENDEL, 2012, p. 17).

#### **4.2 O Telejornalismo de Interesse Comum**

As emissões televisivas têm grande impacto na construção do conhecimento e no processo de informação da maioria da população brasileira, já que a televisão se tornou

o principal veículo de informação da sociedade e tem grande influência no ordenamento do mundo social. Essa predominância está vinculada com o perfil do brasileiro médio, que tem carências em sua formação escolar, uma vez que a televisão garante “um acesso mais universal ao conhecimento dos fatos, nas notícias, sem limitações de grau de escolaridade” (COUTINHO, 2012, p. 16).

Os cidadãos são informados por meio da lógica do sistema comercial, que privilegia o ineditismo e define os conteúdos televisivos mirando e se comparando com a concorrência. A busca por informações inéditas conduz a prática jornalística à precipitação cotidiana sob o signo da velocidade e da atualidade. “Se a lógica do campo jornalístico não permite perder tempo, este campo será constantemente prisioneiro da utilização de estereótipos que se encontram sempre à disposição” e são compreendidos por um grande número de pessoas (FERREIRA, 2002, on-line).

As televisões comerciais são responsáveis por estabelecer os fundamentos básicos da redação noticiosa em televisão no Brasil, principalmente aquela que é a maior emissora do país, a Rede Globo (COUTINHO, 2012, p. 77). Tais fundamentos foram tomados de empréstimo das emissoras de TV nos Estados Unidos, e estabeleceram uma fórmula de telejornalismo “que institui um padrão de estilo e ritmo de narração, o que teria tornado a televisão brasileira idêntica, à exceção das marcas d’água exibidas nas imagens” (COUTINHO, 2012, p. 100).

Outro padrão presente nesse modelo é o recurso da personagem, que leva os telespectadores a se identificarem com o problema descrito. Em geral, os programas jornalísticos de televisão inserem as narrativas externas das personagens mais como forma de garantir certa objetividade do que de efetiva incorporação do outro e de seus pontos de vista. As participações acabam restritas à inserção de sonoras curtas e demonstram que os telejornais das emissoras comerciais de televisão se aproximam “da condição de vitrine social, em lugar de se constituírem como praça de troca de interação efetiva” (COUTINHO, 2013, p. 31). As assimetrias no plano comunicacional e a exclusão do debate público no telejornalismo “reiteram a não-pauta, a ausência de vozes ou ruídos da opinião” (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 156).

O jornalismo das emissoras públicas, assim como todo o subcampo, se desenvolveu à margem do padrão estabelecido pelo modelo dominante e busca se afastar da superficialidade que em geral se atribui ao telejornalismo comercial. Na prática, a diferenciação entre esses dois modelos pode ser observada a partir da pauta

dos noticiários, do tempo destinado a cada tema, das fontes e das formas de estruturação das informações (COUTINHO, 2013, p. 31).

Em relação à seleção das pautas, a TV pública deve incorporar temáticas que não encontram respaldo na mídia comercial. Dessa forma, as emissoras não comerciais podem se voltar para as categorias sociais estrangeiras na lógica midiática, “como é o caso do cotidiano das periferias, das favelas ou então dos rincões do país” (FERREIRA, 2002, on-line). A seleção das fontes deve levar em conta a “inclusão dos setores dissensuais, contra hegemônicos e contrafactuais”, conferindo maior coesão à sociedade, entendida como o vínculo que une todos ao seu destino coletivo (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 150).

Quanto ao material visual, a qualidade central do telejornalismo de uma emissora pública é a preservação da intimidade, o cuidado na representação das diferenças, a “recusa a perpetuação dos estereótipos, o respeito aos cidadãos e à dignidade do ser humano, em diferentes gêneros, sotaques, graus de escolaridade, nível socioeconômico e/ ou orientação sexual”. Buscando representatividade, defende-se que esses telejornais propiciem “espaço para representação de diferentes grupos identitários” (COUTINHO, 2013, p. 32).

Embora busquem a diferenciação em relação à TV comercial, as televisões públicas no Brasil ainda não se afastaram completamente dos fundamentos do modelo predominante. Ao analisar o conteúdo de seus programas é possível identificar que os recursos utilizados são os mesmos do modelo de telejornalismo consolidado pelo sistema comercial: programas com um ou mais âncoras em estúdio, matérias com presença de repórteres, quadros sobre cultura, esporte e previsão do tempo.

O que parece destoar, muitas vezes é a possibilidade de investimento em programas com mais aprofundamento, já que não necessitam seguir o mesmo ritmo fragmentado do modelo comercial, e a opção por programas de debates e entrevistas, já que esses são formatos mais simples e baratos e não carecem de profissionais especializados. “Para emissoras de caixa sempre baixo e ainda imaturas tecnicamente, como as universitárias, há, portanto, gêneros de programação ainda inacessíveis” (PEIXOTO, PRIOLLI, 2004, p. 07).

Ao observar as diretrizes da radiodifusão pública, o telejornalismo das emissoras não comerciais brasileiras, como é o caso da televisão universitária, pode reduzir as desigualdades sociais entre interlocutores na esfera discursiva, organizando o discurso público não “como retroalimentação do poder político, mas como aporte de influência

sobre o poder administrativo, pondo em causa a possibilidade de deliberação dos assuntos” (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 156).

Para além das comparações entre o serviço público e o modelo comercial, o jornalismo das emissoras públicas deve ser analisado na perspectiva da complementaridade do sistema de radiodifusão no Brasil e do exercício do direito à comunicação.

Estabeleceu-se como premissa que o telejornalismo público deveria ter como um dos princípios orientadores, em especial, avançar para além da distinção forma-conteúdo que impediria a oferta de informação de qualidade nas emissoras comerciais e estatais, na medida em que estaria liberto da perspectiva mercadológica, pela busca pelo lucro, comercial sobretudo. [...] Os telejornais e programas jornalísticos nesse sentido deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. Estes deveriam ser compreendidos e representados nas reportagens como grupo social. Além disso, mais do que informação descontextualizada, os telejornais públicos deveriam contribuir com a oferta de conhecimento cotidiano e formação de espectadores e, assim, estimular sua autonomização (COUTINHO, 2013, p. 29).

Para caracterizar o jornalismo produzido pelas emissoras não comerciais, Coutinho (2013) desenvolveu o conceito de telejornalismo de interesse comum, que tem como foco à consciência, é “orientado de forma efetiva pela observância do interesse público e caracterizado pelo exercício dos direitos à informação e comunicação por telespectadores” (p. 28). Para tanto, a notícia terá de ser classificada mais por seu valor de troca do que por seu valor de uso. O principal proveito de uma notícia será dialógico e dialético, insumo para a partilha das informações e combustível para o debate e até para o conflito. A apropriação do valor de troca é coletiva e gera “uma nova compreensão do papel da notícia e do papel do jornalista na sociedade: a socialização da informação, por sua vez transmutada em saber” (SILVA, 2010, p. 13-18). Tal transmutação é proporcionada pelo valor-serviço.

[...] a produção de informações adicionais ao fato noticiado, de modo a facilitar a sua contextualização e de modo que o destinatário possa dispor de elementos para exercer melhor a sua cidadania a partir do fato noticiado, o que somente se torna possível se para além dos valores-notícia que geraram a seleção e hierarquização do fato noticiado (principais critérios de noticiabilidade), a narrativa e a edição da matéria incorporar serviço, conceito difuso, mas facilmente

identificável entre uma notícia que simplesmente ‘notifica’ o ocorrido e outra que além de ‘notificar o ocorrido’ fornece informações, dados, utilidade pública e contexto (cultural, social, estatístico e histórico) (SILVA, 2010, p. 17-18).

A diferença de abordagem se dá porque o espectador é percebido como cidadão e não como consumidor. Nessa medida, é preciso consolidar vínculos de proximidade entre os telejornais públicos e seus públicos, os quais devem fazer parte de todo processo de produção, veiculação e repercussão dos noticiários. “Para isso os programas jornalísticos em uma emissora pública deveriam estimular e propiciar instrumentos para a efetiva participação do espectador, em lugar do que é definido como uma interação reativa” (COUTINHO, 2013, p. 30).

Entretanto, as emissoras públicas do país ainda proporcionam acesso seletivo e participação irregular na comunicação mediada. Ainda são exclusivamente os profissionais que integram esses veículos os responsáveis por selecionar e processar um conteúdo politicamente relevante, intervindo na formação de opiniões públicas e na distribuição de interesses diferentes. Dentro desse espaço os representantes de sistemas funcionais e de grupos de interesse mantêm acesso privilegiado e os “atores da sociedade civil ocupam posição mais fraca” (HABERMAS, 2008, p. 17-18).

Por meio das tecnologias digitais podem se estabelecer vínculos mais estruturados entre emissores e receptores de notícias e fomentar “mudanças nas redações, na prática jornalística e na construção de novos formatos de notícias” com produção colaborativa (BARROSO, 2014, p. 26). Os profissionais não estão sozinhos, já que dividem espaço com um público que detém ferramentas para produzir conteúdo. “O barateamento dos aparatos tecnológicos e a multiplicidade de recursos têm permitido a um público cada vez maior ser o produtor e distribuidor de vídeos” que têm como principal valor seu conteúdo informacional (BARROSO, 2014, p. 27).

O desafio de estabelecer a alteridade entre o jornalismo da TV comercial e o da TV pública é ainda complexo, na medida em que precisa transformar as rotinas produtivas e a forma de endereçamento do conteúdo. Na tentativa de dar mais um passo no debate acerca da especificidade do jornalismo produzido pela TV pública no Brasil, esse estudo vai utilizar o conceito de jornalismo de interesse comum (COUTINHO, 2013) aliado aos preceitos da radiodifusão pública (UNESCO, 200; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) para a proposição de um modelo de indicadores do telejornalismo da televisão universitária, que possa ser aplicado ao objeto de estudo da tese.

Essa abordagem teórica é essencial para entender as especificidades do objeto analisado ao deixar claro qual o papel complementar da televisão universitária, não explicitado no texto da Carta Magna e tampouco regulamentado por dispositivo constitucional. Ao compreender esse papel é possível construir indicadores objetivos para avaliar a constituição do telejornalismo, que, ao serem operacionalizados, sejam capazes de apontar em qual medida a televisão universitária está atendendo ao que se espera de uma comunicação pública.

### **4.3 Indicadores de Qualidade do Telejornalismo da Televisão Universitária**

A definição desses indicadores de qualidade pode ajudar as organizações jornalísticas “a identificar com maior precisão quais são os atributos de qualidade desejáveis e quais são os vícios a serem evitados nos produtos e serviços jornalísticos”. A qualidade deve ser entendida como “um recurso de vinculação entre a esfera da produção e do consumo de bens e serviços, que oferece retornos para as organizações comprometidas com ela e segurança para os consumidores de que o produto oferecido contém aquilo que é buscado” (GUERRA, 2011, p. 05).

Sendo o jornalismo uma instituição central no sistema de freios e contrapesos das sociedades democráticas, no agendamento das questões relevantes para essas mesmas sociedades, bem como na informação precisa, veraz e crível aos cidadãos e cidadãs é desejável, assim como é, por exemplo, para o sistema educacional, que critérios e ferramentas para a produção de informações jornalísticas de elevada qualidade possam ser postos em execução. As práticas de transparência e prestação de contas que devem ser levadas a cabo por todas as instituições relevantes para a democracia dependem de ferramentas e critérios com esses objetivos (GUERRA, 2011, p. 11).

Guerra (2011) propõe que, quando aplicada a organizações jornalísticas, a qualidade é “o grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência” em duas dimensões: privada, relativa aos gostos, preferências e interesses pessoais dos espectadores; e pública, relativas ao interesse público, como Valor Notícia de Referência Universal (p. 46). O conceito de Valor Notícia de Referência Universal representa os valores-notícia que devem necessariamente ser observados pelas organizações na produção de notícias no âmbito das sociedades democráticas, dado o papel que a sociedade atribui e exige da instituição jornalística (GUERRA, 2011, p. 20).

Tomando como exemplo o modelo proposto por Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) para as emissoras públicas, deve-se analisar as televisões universitária como emissoras que se destinam a formar e informar o cidadão, em nome de valores democráticos, baseados nos direitos humanos e com financiamento público, e que por isso, devem prestar contas. Dessa maneira, precisam de indicadores, pois só eles “podem objetivar a prestação de contas, apontando se houve melhora ou piora, com bases racionais de comparação, no desempenho dos serviços prestados e na gestão” (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 11).

Dessa maneira, a pesquisa buscou criar indicadores próprios, que agreguem os princípios e diretrizes da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e do telejornalismo de interesse comum (COUTINHO, 2013), de maneira que possam ser usados para a análise de conteúdos jornalísticos audiovisuais. Por conseguinte, foram elencados os seguintes indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária:

1. Universalidade: oferecimento de serviço a maior parcela da população-alvo e preocupação com acessibilidade;
2. Diversidade: pluralismo e respeito na representação dos diferentes grupos sociais;
3. Estilo cidadão: promoção de conteúdo que leve à compreensão da realidade, por meio da utilidade pública e da contextualização das informações;
4. Atitude inovadora: produção de conteúdo que se diferencie dos modelos já existentes;
5. Inclusão: possibilidade de participação dos cidadãos e da comunidade universitária nos processos de escolha dos conteúdos e não apenas como fontes de informação.

Para cada indicador devem ser respondidas questões a partir da avaliação do conteúdo telejornalístico. Assim é possível apontar se a produção se aproxima ou se

afasta do que é esperado das emissoras universitárias. Foram elencadas abaixo questões iniciais referentes a cada indicador.

#### **- Universalidade**

O programa telejornalístico é exibido em plataformas gratuitas?

As edições do programa são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Há interpretação ou tradução para Libras?

Há audiodescrição?

#### **- Diversidade**

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente?

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?

A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?

#### **- Estilo Cidadão**

A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?

A linguagem utilizada é de fácil compreensão?

As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?

O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?

Há espaço para utilidade pública?

#### **- Atitude Inovadora**

A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?

A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?

O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?

Há espaço para novos formatos?

São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?

A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?

#### **- Inclusão**

As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?

Os espectadores são estimulados a participar?

Existem formas de interação do público nos noticiários?

Os cidadãos podem participar da produção de conteúdo?

A comunidade universitária pode participar da produção de conteúdo?

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão da produção, como conselhos?

**Tabela 2: Indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária**

<b>Indicadores</b>	<b>Variáveis</b>
<b>Universalidade</b>	Oferecimento de programação à parcela expressiva da população-alvo, sem impedimentos para aqueles que não podem pagar pelo serviço.
	Conteúdo acessível às comunidades cega e surda.
<b>Diversidade</b>	Representação de diferentes grupos sociais, dando preferência aos que são silenciados na cobertura dos demais veículos.
	Pluralidade de assuntos tratados e de fontes consultadas.
	Respeito à diversidade racial, religiosa, de orientação sexual, etc.
<b>Estilo Cidadão</b>	Informação apresentada de forma complexa e plural que promova a compreensão da realidade.
	Oferecimento de contextualização e de informações de utilidade pública.
<b>Atitude Inovadora</b>	Experimentação de novos formatos e gêneros.
	Espaço de aprendizagem, formação e experimentação para estudantes dos cursos de comunicação.
<b>Inclusão</b>	Participação dos cidadãos no processo de produção e na tomada de decisões.
	Participação da comunidade universitária no processo de produção e na tomada de decisões.
	Existência de conselhos com presença de membros externos.

Fonte: Elaborada pela autora.

A busca por criar indicadores de qualidade do telejornalismo das emissoras ligadas a IES se mostra pertinente, uma vez que faz-se necessário criar um método próprio de análise para os integrantes do campo público, especialmente porque não há

formas consolidadas, racionais, para quantificar, medir e para saber se, segundo parâmetros públicos e compreensíveis, esse desafio está sendo vencido ou não (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 03).

Emissoras públicas não podem e não devem contar somente com os instrumentos de análise e pesquisa de audiência desenvolvidos segundo critérios de mercado. Por isso, definir um conjunto de indicadores além do mercado, para elas, é um imperativo. Trata-se de encontrar maneiras de tornar objetivas as avaliações de desempenho dessas instituições e de suas equipes, de modo a permitir comparações contínuas e processos de melhoria mensuráveis. Trata-se, em suma, de construir indicadores por meio dos quais as sociedades – que, em última instância, pagam por essas empresas – possam acompanhar e avaliar a prestação de serviços que recebem. (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 03-04).

Por meio dos indicadores elaborados será possível analisar se o subcampo da televisão universitária é capaz de atender aos postulados do Campo Público de Televisão no Brasil, do qual faz parte, e se é capaz de oferecer conteúdo complementar ao que é produzido pelos sistemas comercial e estatal.

#### **4.4 Análise Televisual**

A aplicação dos indicadores propostos se dará por meio da junção com uma versão adaptada da análise e leitura críticas das narrativas jornalísticas audiovisuais, ou Análise Televisual (AT), a qual observa como as associações entre imagens, sons, palavras, gráficos e outros elementos do texto audiovisual contribuem para a percepção da construção dos sentidos das notícias. Para tanto, ela pressupõe a realização de duas etapas, a primeira composta pela descrição do objeto de estudo e a segunda pela análise televisual, formada por um estudo quantitativo e qualitativo dos conteúdos que utilizam a linguagem audiovisual e pela interpretação dos resultados (BECKER, 2012).

Para a constituição do método, a autora parte do pressuposto que é necessário “elaborar um discurso para a compreensão de uma obra audiovisual porque um conceito dinâmico de leitura implica na compreensão de que a categoria de leitor é inseparável da categoria de autor”. A partir da interface entre Martín-Barbero (2001) e Fischer (2002), a análise proposta por ela recusa a percepção instrumental da técnica e propõe que é possível “estudar as imagens, textos e sons, especialmente da TV, partindo do

pressuposto que não extrairemos representações acabadas, mas possibilidades de significação” (BECKER, 2012, p. 238).

A elaboração do método também se baseia em outras três contribuições teóricas: a Semiologia dos Discursos Sociais, a Economia Política do Significante e a Heterogeneidade Enunciativa.

O primeiro postulado consiste numa rede infinita de remissivas de representações na mente dos indivíduos. Cada significante remete para outro(s) significante(s) nunca atingindo um sentido estável, definitivo. Baseia-se numa dupla suposição, todo fenômeno social é um processo de produção de sentido e todo produto de cultura pode ser visto como um discurso. O segundo postulado parte do ensinamento da Antropologia e considera que os fenômenos culturais funcionam sob uma lógica de mercado, ou seja, a lógica da produção, circulação e consumo. [...] Ressalta, ainda, que o sentido de um objeto significante depende das suas condições de produção e contexto, e que qualquer diferença nas condições de produção de dois discursos resulta em diferenças de sentido e em traços detectáveis em um e no outro. Assim, a análise semiológica requer, como método, a comparação. O terceiro postulado, da Heterogeneidade Enunciativa, também colabora para a compreensão dos fenômenos da comunicação relativizando o poder da mídia frente à hegemonia do receptor, ao propor que todo o discurso é composto por inúmeras vozes, cuja consciência e controle o enunciador só detém parcialmente (BECKER, 2012, p. 240).

A primeira etapa do método é a descrição do objeto; seguida da análise televisual propriamente dita, a qual é constituída por análises quantitativa e qualitativa. A etapa quantitativa consiste na aplicação de seis categorias básicas: estrutura do texto, temática, enunciadores, visualidade, som e edição. A estrutura do texto corresponde a elementos que caracterizam o modo como o produto audiovisual se apresenta: estilo de narração, organização de formatos e conteúdos, divisão em blocos e duração. A temática ou editorialização revela os conteúdos e os temas privilegiados em um produto audiovisual, que permite identificar as editorias que mais se destacam no estudo de um telejornal (BECKER, 2012, p. 243).

Já os enunciadores oferecem a possibilidade de identificar os atores sociais que participam da narrativa, observando as vozes presentes e ausentes nos relatos, a forma como âncoras e repórteres apresentam o texto e o modo como é realizada a construção da credibilidade desses profissionais. A visualidade leva em consideração a maneira como são constituídos cenários, figurinos e recursos gráficos e multimídia; e o som indica como os elementos sonoros, palavras, ruídos e trilha sonora estão relacionados aos elementos visuais e participam da construção da narrativa. Por fim, a edição desvela

processos de montagem e permite compreender como as combinações entre o texto e a imagem produzem sentidos (BECKER, 2012, p. 243-244).

Essa leitura fornece subsídios para o estudo qualitativo de um produto audiovisual, por meio da aplicação de três princípios de enunciação: fragmentação; dramatização e definição de identidades e valores (BECKER, 2012, p. 244).

No jornalismo, a aplicação do princípio da Fragmentação resulta em percepções ainda mais significativas porque a curta duração de cada unidade informativa nem sempre permite que se compreenda o fenômeno noticiado em toda a sua complexidade. [...] O princípio da Dramatização, igualmente presente em outros gêneros televisivos, corresponde à natureza ficcional da narrativa, envolvendo emocionalmente o telespectador ou o usuário no processo de leitura de um texto audiovisual, cujo desvendamento da narrativa é realizado por etapas para que o clímax seja aumentado e para conferir caráter dramático a um determinado acontecimento. [...] O princípio da Definição de Identidades e Valores permite conhecer as marcas enunciativas da narrativa audiovisual referentes aos valores atribuídos a problemas e conflitos locais e globais e os modos como são julgados e qualificados (BECKER, 2012, p. 244).

Para se adequar aos objetivos propostas na pesquisa a etapa descritiva e a análise quantitativa propostas pela autora foram conjugadas, uma vez que a percepção do cumprimento ou não das funções da radiodifusão pública se dá por meio da observação do conteúdo como um todo e não por meio da métrica de partes específicas. A partir dessa adaptação do método, foi criada uma análise mais contextual e menos detalhada do objeto, mas que foi capaz de avaliar a partir de quais perspectivas são produzidos os telejornais e programas de debates e entrevistas.

Ao chegar na etapa qualitativa, a presente pesquisa alia ao método de Becker (2012) os indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, elencados na seção anterior. Cada uma das três categorias de análise da etapa qualitativa será aliada aos cinco indicadores: Universalidade, Diversidade, Estilo Cidadão, Atitude Inovadora e Inclusão, de maneira apontar em que medida as produções das televisões universitárias brasileiras escolhidas como objetos de análise se aproximam ou se afastam deles.

A aplicação da análise televisual em produtos pareceu o mais apropriado para a pesquisa a que se propôs esse trabalho, pois é capaz de apontar para “novas formas de interpretação e de apropriação dos meios e das linguagens, contribuindo assim para a

promoção da diversidade de representações, a pluralidade de expressões e a democratização dos meios” (BECKER, 2012, p. 241).

A partir de junção desses métodos foi possível conhecer, compreender e interpretar os sentidos das produções telejornalísticas analisadas, os quais circulam, são apreendidos e reconfigurados pela recepção. Esses sentidos não se limitam ao conteúdo dos programas e ao texto jornalístico, mas também estão presentes na constituição de cenários e identidades visuais, no tempo dedicado a cada conteúdo e nas escolhas feitas durante o processo de produção e edição, o qual dá origem ao produto audiovisual.

**Tabela 3: Método de análise proposto**

<b>Etapa Descritiva</b>		
<b>Categorias</b>	<b>Aplicação</b>	
Estrutura do texto	Estilo de narração, organização de formatos e conteúdo, divisão em blocos, duração.	
Temática	Conteúdos e temas privilegiados em um produto audiovisual.	
Enunciadores	Atores sociais que participam da narrativa.	
Visualidade	Cenários, figurinos e recursos gráficos e multimídia.	
Som	Elementos sonoros e trilha sonora.	
Edição	Montagem e combinações entre o texto e a imagem.	

<b>Etapa Qualitativa</b>		
<b>Categorias</b>	<b>Aplicação</b>	<b>Relação com Indicadores de Qualidade</b>
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	Observar se a fragmentação do conteúdo pode interferir na compreensão da informação.
Dramatização	Estrutura narrativa.	Analisar se essa estrutura garante a compreensão da informação e se aponta para a inovação estilística ou imagética.
Definição e Identidades e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Observar se os temas mais caros aos programas jornalísticos estão voltados à acessibilidade, ao respeito, à diversidade e à inclusão dos cidadãos e, mais especificamente, da comunidade universitária na produção de conteúdo noticioso.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

Depois de compreender os sentidos das obras, foi possível aferir se as produções telejornalísticas das emissoras universitárias se adequam ao que é esperado da radiodifusão pública e se seus programas jornalísticos exibem conteúdo complementar ao que é produzido pelas emissoras comerciais e estatais, por meio da aplicação dos indicadores desenvolvidos. Como o *corpus* da presente pesquisa é formado por mais de

um objeto, foi utilizada ainda uma análise comparativa entre as diferentes produções analisadas, que se baseia na objetividade dos indicadores e suas variáveis.

No entanto, a junção dos métodos mostrou algumas fragilidades ao longo da realização da pesquisa. Não foi possível atestar ou refutar o cumprimento de certos indicadores do telejornalismo da televisão universitária, como independência financeira, apenas pela observação do conteúdo e conversas com membros da equipe. Para avaliar esses indicadores seria necessário um acompanhamento mais próximo da cadeia de produção, por meio dos métodos como a observação participante.

#### **4.5 Entrevistas**

Para agregar informações à etapa descritiva do modelo de análise proposto foram realizadas entrevistas com integrantes das equipes de produção de cada um dos produtos analisados. A coleta de informações por meio dessas entrevistas mostrou-se pertinente para compreender como as emissoras se constituem, uma vez que há pouca bibliografia sobre a criação e manutenção delas, e para tentar alcançar sentidos que não poderiam ser compreendidos apenas a partir do conteúdo audiovisual.

Para tanto, houve um contato inicial com o setor de jornalismo de cada emissora e o pedido de indicação de um funcionário que estivesse diretamente ligado ao produto analisado e que pudesse responder algumas questões, e assim foi possível conversar com seis participantes, entre produtores, editores e diretores. Foram selecionadas dez perguntas iniciais a serem feitas para todos os entrevistados, que poderiam ser desdobradas em outros questionamentos caso houvesse necessidade de mais informações para compreender o tópico em questão:

1. Como você define a televisão em que trabalha?
2. Como é a relação entre a emissora e a universidade?
3. Como você classifica o jornalismo produzido pela TV em que trabalha?
4. O conteúdo produzido se assemelha ou se diferencia do telejornalismo comercial?
5. Qual a linha editorial do telejornal?
6. Como se dá a escolha dos temas a serem abordados e a angulação das matérias produzidas?
7. Como é a cadeia produtiva do telejornalismo da emissora em que trabalha?

8. Como é formada a equipe que trabalha para finalizar o telejornal?
9. Há participação do público na tomada de decisões?
10. Como se dá o financiamento da produção?
11. Como a pandemia afetou o trabalho?

Assim como a coleta de dados, as entrevistas foram gravadas por meio de uma plataforma gratuita de videoconferência e duraram cerca de uma hora cada. Para garantir que os participantes se sentissem mais confortáveis para falar sobre a empresa em que trabalham e o ambiente de produção foi garantido a eles o anonimato. Da mesma maneira os cargos foram omitidos, já que as televisões universitárias têm equipes enxutas e ao delimitar a função dos entrevistados dentro delas seria possível identificá-los facilmente.

## **5. A Constituição do Telejornalismo na Televisão Universitária**

Antes de aplicar os métodos descritos anteriormente é necessário delimitar e descrever, de forma inicial o objeto dessa pesquisa, o telejornalismo produzido pelas emissoras universitárias. Da mesma forma, é necessário apontar quais foram os objetos analisados e as motivações que levaram a essa escolha, salientando as limitações trazidas pela análise da produção audiovisual de emissoras de diferentes localidades por meio da internet.

### **5.1 O Telejornalismo na Televisão Universitária**

Em decorrência da pandemia de Covid-19<sup>6</sup>, a coleta de dados para a pesquisa teve que ser realizada por meio dos sites, redes sociais e canais em plataformas de compartilhamento de conteúdo, principalmente o YouTube, mantidos pelas emissoras universitárias. Ao analisar os espaços digitais das 71 emissoras geridas por uma Instituição de Ensino Superior que exibem conteúdo em sinal aberto ou em canais da TV a cabo foi possível perceber que a totalidade das televisões universitárias têm programas voltados para a divulgação das atividades das instituições de ensino e para divulgação científica. Na área de entretenimento as emissoras investem majoritariamente em programas de música e cultura regional.

Por outro lado, na observação realizada em 2021, foi possível encontrar apenas doze emissoras com programa jornalístico diário na grade: TV UESB, PUC TV Goiás, TV UFMA, TV Universitária de Uberlândia- UFU, TV Alfenas, TV Itararé, Ulbra TV, Unisul TV (UniTV), UPF TV, TV Santa Cecília TV, TV RCV e DOCTUM TV. Isso representa apenas 17, 39% das televisões universitárias identificadas.

O número de televisões universitárias que veiculam telejornais diários poderia ser maior se fossem computados dados de 2020, pois havia mais duas produções nesse formato nas grades de programação: o Jornal da Univates, da TV Univates, e o TVU Notícias, produzido pela TVU Rio Grande do Norte. O primeiro telejornal deixou de ser veiculado em dezembro de 2020 e a emissora ligada à UFRN deixou de exibir seu

---

<sup>6</sup> Em 11 de março de 2020, a COVID-19 foi caracterizada pela OMS como uma pandemia, ou seja, uma doença que causa surtos em várias regiões do mundo. A doença é causada por uma nova cepa do coronavírus humano, identificada pela primeira vez na China no final de 2019. A rápida disseminação do vírus, levou a adoção de medidas sanitárias em diferentes países, inclusive no Brasil, como o confinamento da população em suas casas e o isolamento social.

programa diário em setembro de 2020. Ambos foram descontinuados durante a pandemia de Covid-19 com a justificativa de necessidade de remodelar o conteúdo produzido.

As instituições particulares de ensino predominam na produção de telejornais, o que pode estar diretamente relacionado com a maior capacidade financeira delas, uma vez que o telejornalismo diário exige grande investimento financeiro em equipamentos e contratação de equipes capacitadas. Outro ponto a ser destacado é que as emissoras que exibem programação para cidades do interior, principalmente em São Paulo e na região Sul do país, têm se preocupado mais em produzir conteúdo noticioso para seus espectadores.

**Tabela 4: Emissoras que exibem telejornais diários**

	<b>Emissora</b>	<b>Instituição</b>	<b>Exibição</b>	<b>Telejornal</b>
01	TV UESB	Universidade Estadual	TV aberta/ Cabo	UESB Notícias 12h e 18h
02	PUC TV Goiás	Universidade Privada	TV aberta/ Cabo	TJ Goiás 13h
03	TV UFMA	Universidade Federal	TV aberta	JTV UFMA 13h
04	TV Universitária de Uberlândia	Universidade Federal	TV aberta	Jornal da UFU 19h
05	TV Alfenas	Universidade Privada	TV aberta/ Cabo	Informa Alfenas 12h e 18h30
06	TV Itararé	Universidade Privada	TV aberta	Meio-dia na Itararé 12h
07	Ulbra TV	Universidade Privada	TV aberta/ Cabo	Conexão RS 18h
08	Unisul TV (UniTV)	Universidade Comunitária	TV aberta/ Cabo	Câmera Aberta 12h e 20h Cidade na TV 23h
09	UPF TV	Universidade Privada	TV aberta/ Cabo	Café Expresso 07h e 12h
10	Santa Cecília TV	Universidade Privada	Cabo	Caderno Regional 19h30
11	TV RVC	Universidade Privada	TV aberta	Mais Notícias 19h30
12	DOCTUM TV	Faculdade Privada	TV aberta	Acontece 12h e 19h

Fonte: Elaborada pela autora.

Os telejornais encontrados são exibidos de segunda a sexta-feira com duração de até trinta minutos, com exceção do Conexão RS e do Café Expresso, que passam de uma hora e do Câmera Aberta, que tem aproximadamente 40 minutos. A maioria deles é

exibida durante a noite, entre as 18 horas e as 19h30. Cinco emissoras têm capacidade de produzir duas edições de um telejornal, uma no horário do almoço e outra no início da noite: TV UESB, Unisul TV (UniTV), TV Alfenas, UPF TV e DOCTUM TV.

Um diferencial no grupo de emissoras elencadas é o canal universitário Santa Cecília TV, ligado a uma instituição privada, o qual tem três programas que contêm conteúdos jornalísticos, Bom Dia Cidades, Hora Geral e Acontece, mas apenas o último é descrito como programa jornalístico. As outras produções são enquadradas como variedades; o Bom Dia tem conteúdo semelhante ao exibido na programação matinal de emissoras comerciais, que mistura informação e entretenimento, e o Hora parece se espelhar em programas de jornalismo policial.

Ao analisar as edições disponíveis nas plataformas de compartilhamento de conteúdos audiovisuais, foi possível notar que, de forma geral, as televisões universitárias no Brasil não se afastam dos fundamentos do modelo telejornalístico predominante no que diz respeito à estética. Os recursos utilizados são os mesmos consolidados pelo sistema comercial: programas com um ou mais âncoras em estúdio, matérias com presença de repórteres, quadros sobre cultura, esporte e previsão do tempo. A maneira como o conteúdo é exibido também tem, na maioria dos casos, os mesmos moldes do padrão comercial: matérias curtas, com sonoras de especialistas e de personagens, buscando uma abordagem objetiva.

Na análise inicial dos conteúdos foi possível notar que as pautas abordadas pelas televisões universitárias podem ser classificadas a partir das editoriais comuns aos demais veículos jornalísticos: trânsito, cidades, educação, saúde, política e até mesmo polícia. A inserção de materiais institucionais das IES ou de divulgação científica de pesquisas e trabalhos desenvolvidos dentro das instituições é uma característica que marca uma diferença em relação ao telejornalismo comercial.

Um programa jornalístico que aponta para uma busca por mais aprofundamento e contextualização, e não apenas a abordagem factual da realidade, é o Jornal da UFU, da TV Universitária de Uberlândia, o qual apresenta um tema central em toda edição e leva ao estúdio um entrevistado para tratar do assunto em uma conversa mais longa do que o convencional em telejornais de emissoras comerciais. Outro diferencial encontrado na pesquisa se refere ao Conexão RS, da Ulbra TV de Porto Alegre, o qual se aproxima de uma revista eletrônica, já que tem a maior duração entre os telejornais encontrados e se dedica à cultura e entretenimento, com dicas de filmes e participação de músicos ao vivo no estúdio.

A maioria dos programas é voltada para a produção de matérias locais, que trazem assuntos e abordagens semelhantes aos dos telejornais de emissoras comerciais. O que, muitas vezes, diferencia a forma como as emissoras universitárias tratam os assuntos é o espaço dado para professores e pesquisadores do corpo docente das instituições de ensino a que estão ligadas, os quais são fontes privilegiadas de análise e ganham mais tempo de fala nos telejornais universitários.

O predomínio por cobertura local pode ser relacionado à localização das emissoras que contam com telejornalismo diário, já que nove estão em cidades do interior do Brasil: TV UESB de Vitória da Conquista, Bahia; TV Itararé de Campina Grande, Paraíba; TV Universitária de Uberlândia, TV Alfenas e DOCTUM TV de Caratinga, todas em Minas Gerais; Santa Cecília TV de Santos e TV RVC do Vale do Paraíba, ambas em São Paulo; TV Unisul (UniTV) de Tubarão, em Santa Catarina; e UPF TV de Passo Fundo, no Rio Grande do Sul. Nessas cidades nem sempre há equipes de telejornalismo dos canais comerciais, e por isso, as emissoras universitárias têm a possibilidade de atender ao interesse público ao produzir conteúdo jornalístico local.

A participação qualificada dos telespectadores, uma das premissas do jornalismo de interesse comum, também não tem se mostrado um diferencial das televisões universitárias do país. Assim como as emissoras comerciais, as televisões ligadas a IES ainda proporcionam acesso seletivo e participação irregular, pois os cidadãos são inseridos na narrativa prioritariamente para exemplificar um caso e não foi possível encontrar nenhum indicativo de que tenham poder de decisão na seleção e processamento do conteúdo telejornalístico.

Em relação àquelas emissoras que não exibem telejornais diários, 36 contam com programas telejornalísticos em suas grades de programação. Programas semanais de entrevistas e debates ou documentários são as principais produções jornalísticas de 16 televisões universitárias.

A partir do conteúdo disponibilizado nos canais das emissoras no Youtube, foi possível identificar que duas exibem apenas documentários ou mini-documentários, seis produzem exclusivamente debates e outras cinco apenas programas de entrevistas. Um caso à parte é a UnBTV que produz duas séries de debates, um programa de entrevista e documentários. Já a TVU Recife exhibe seu programa de debates diariamente e as emissoras UFN TV e TV Unesp transmitem seus debates quinzenalmente. É necessário citar também a TV Pantanal Uniderp, que posta poucos conteúdos na internet e de

maneira descontínua e por isso, não é possível apontar a regularidade do único programa jornalístico identificado.

Fora os documentários, os quais não tem regularidade ou duração específicas, a maioria dos programas é exibida uma vez por semana e tem cerca de 30 minutos. Há alguns pontos fora da curva, como os programas Em Pauta, da TV Unesp, e Coletiva, da TV Unifev, que excedem uma hora de duração, e o UFMG Talks, da UFMG TV, que dura uma hora.

**Tabela 5: Emissoras que exibem documentários, entrevistas ou debates**

	<b>Emissora</b>	<b>Instituição</b>	<b>Exibição</b>	<b>Programas</b>
01	UnBTV	Universidade Federal	Cabo	Brasil em Questão- série de debates Diálogos- série de debates UnBTV Entrevista- série de entrevistas
02	TV UFG	Universidade Federal	TV aberta/ Cabo	Conexões- debate semanal
03	TV Pantanal Uniderp	Universidade Privada	Cabo	Entrevistando- entrevista semanal
04	TV UFMG	Universidade Federal	Cabo	UFMG Talks- debate mensal
05	UNEC TV	Universidade Privada	Cabo	Começo de Conversa- entrevista semanal
06	TVU Recife	Universidade Federal	TV aberta	Opinião Pernambuco- debate semanal
07	TV Campus	Universidade Federal	Cabo	MiniDoc
08	UFN TV	Universidade Privada	Cabo	Novas Fronteiras- debate quinzenal
09	TV Unesp	Universidade Estadual	TV aberta/ Cabo	Em Pauta- debate quinzenal
10	TV PUC SP	Universidade Privada	Cabo	Um Fato e Duas Versões- debate semanal
11	TV Unip	Universidade Privada	Cabo	Opinião Livre- entrevista semanal
12	TV Unimep	Universidade Privada	Cabo	Quarentena na Unimep- entrevista
13	TV Unifev	Universidade Privada	TV Aberta	Coletiva- entrevista semanal
14	TV Fema	Universidade Privada	Cabo	Séries documentais
15	TV Promove	Universidade Privada	Cabo	Link FAG Entrevista- entrevista
16	FAG TV	Universidade Privada	Cabo	Espaço Aberto- entrevista

Fonte: Elaborada pela autora.

Tanto documentários quanto entrevistas e debates tratam de temáticas de relevância social, que merecem uma análise mais aprofundada que aquela que o jornalismo diário pode dar, com especialistas que podem abordar o assunto de forma aprofundada. Em muitos casos as fontes são professores e pesquisadores das próprias instituições de ensino. É importante destacar também que durante o período da pesquisa os produtos se dedicaram a tratar de assuntos relacionados com a pandemia de Covid-19, sendo que os programas Novas Fronteiras, da UFN TV, e Quarentena na TV Unimep foram criados durante o período de crise sanitária de escala global.

Outras 22 televisões universitárias se utilizam exclusivamente de boletins informativos ou de reportagens para transmitir informações jornalísticas da região onde estão instaladas. Pelo que foi possível observar nos canais virtuais das emissoras, a maioria dos informativos não têm duração e periodicidade delimitados e são produções baseadas principalmente na narração de um apresentador e em informações factuais consideradas relevantes, como é o caso dos dados acerca da pandemia. Inclusive, alguns conteúdos foram criados exclusivamente para disponibilizar informações sobre prevenção, sintomas, tratamentos e vacinação.

**Tabela 6: Emissoras que exibem boletins informativos ou reportagens**

	<b>Emissora</b>	<b>Instituição</b>	<b>Exibição</b>
01	TV UFAM	Universidade Federal	Cabo
02	TV UFBA	Universidade Federal	Cabo
03	TV Universidade- UFMT	Universidade Federal	TV aberta
04	TV UFMS	Universidade Federal	TV aberta/ Cabo
05	TV Viçosa	Universidade Federal	TV aberta/ Cabo
06	TV UFOP	Universidade Federal	TV aberta
07	Univale TV	Universidade Privada	Cabo
08	TV UFPB	Universidade Federal	TV aberta
09	TV UEL	Universidade Estadual	TV aberta
10	UEM TV	Universidade Estadual	Cabo
11	TV Unicesumar	Universidade Privada	TV aberta/Cabo
12	Unitevê UFF	Universidade Federal	Cabo
13	TV Universo	Universidade Privada	TV aberta
14	TVU RN	Universidade Federal	TV aberta/Cabo
15	UERN TV	Universidade Federal	Cabo
16	TV Univali	Universidade Privada	Cabo
17	Unisc TV	Universidade Comunitária	Cabo
18	TV UNO	Universidade Comunitária	Cabo
19	TV UFRR	Universidade Federal	TV aberta
20	TV Unisantos	Universidade Privada	TV aberta/Cabo
21	TV USP Piracicaba	Universidade Estadual	Cabo
22	TV Univap	Universidade Privada	Cabo

Fonte: Elaborada pela autora.

Em relação às televisões universitárias que disponibilizam exclusivamente reportagens em seus canais na internet, é necessário salientar que há emissoras que são afiliadas a cabeças de rede nacionais, como TV Brasil e TV Cultura, e que, apesar de não terem um programa telejornalístico próprio, produzem matérias para serem exibidas nos telejornais de abrangência nacional, como é o caso da TVU RN e da TV Universidade de Mato Grosso.

Nas demais televisões, 22 emissoras no total, não foi possível identificar a transmissão de qualquer conteúdo jornalístico nos sites oficiais ou nos canais de compartilhamento de conteúdos audiovisuais. Não foram computados os programas de caráter jornalístico, mas que tratam quase exclusivamente de informações institucionais, como as produções da TV UNIFOR, da TV Ufes e da FURB TV. A escolha de desconsiderar esses programas se deve a maior aproximação do conteúdo com a comunicação institucional, que não é foco do presente trabalho.

**Tabela 7: Emissoras que não disponibilizam conteúdo telejornalístico na internet**

	<b>Emissora</b>	<b>Instituição</b>	<b>Exibição</b>
01	TV UNIFOR	Universidade Privada	Cabo
02	TV Ufes	Universidade Federal	Cabo
03	UVV TV	Universidade Privada	TV aberta
04	TV Faesa	Universidade Privada	TV aberta
05	TV UCDB	Universidade Privada	Cabo
06	UniBH TV	Universidade Privada	Cabo
07	UP TV	Universidade Privada	TV aberta / Cabo
08	UTV- Unirio	Universidade Federal	Cabo
09	UFRGS TV	Universidade Federal	Cabo
10	FURG TV	Universidade Federal	Cabo
11	TV Feevale	Universidade Privada	Cabo
12	TV Ucpel	Universidade Privada	Cabo
13	TV Univates	Universidade Comunitária	Cabo
14	Unicruz TV	Universidade Comunitária	Cabo
15	TV UFSC	Universidade Federal	TV aberta / Cabo
16	FURB TV	Universidade Comunitária	TV aberta / Cabo
17	TV USP Bauru	Universidade Estadual	TV aberta / Cabo
18	TV Univesp	Universidade Estadual	TV aberta / Cabo
19	TV UMC	Universidade Privada	Cabo
20	TV Unaerp	Universidade Privada	Cabo
21	TVE Unitins	Universidade Estadual	TV aberta

Fonte: Elaborada pela autora.

Dentre as emissoras que não disponibilizam conteúdo telejornalístico na internet, 13 emissoras exibem conteúdo exclusivamente em canais universitários em TV a cabo, sob os quais não pesa a obrigatoriedade de exibição de determinado tempo de conteúdo jornalístico, como recai sobre as concessões educativas.

Outro ponto observado nas buscas realizadas nas páginas digitais das TVs universitárias e que merece destaque é que a pandemia foi um fator determinante para que as emissoras reduzissem sua produção jornalística por causa da necessidade de confinamento de membros da equipe e de distanciamento social.

## **5.2 Telejornais Diários e Programas de Debates como Objeto de Análise**

Para desenvolver a análise do telejornalismo das televisões universitárias em sinal aberto ou canal de TV a cabo levou-se em conta o tipo de produção com periodicidade regular que predomina nessas emissoras e por isso, foram selecionados telejornais diários e programas de debates. Devido à dificuldade de obter as produções audiovisuais veiculadas em emissoras de diferentes localidades, optou-se por realizar a coleta dos programas por meio de sites oficiais ou plataformas virtuais de compartilhamento de vídeos, o que limitou a escolha dos objetos às televisões que disponibilizam seus conteúdos na internet de maneira integral e com regularidade.

Para traçar um panorama da produção jornalística do subcampo buscou-se escolher programas exibidos em diferentes horários e produzidos por emissoras ligadas a diferentes modalidades de instituições de ensino, dentre as federais, estaduais ou comunitárias, já que elas estão diretamente ligadas ou mais próximas ao campo público. No mesmo sentido, pretendia-se selecionar pelo menos um programa de cada região brasileira, o que não foi possível, uma vez que as três emissoras da região norte encontradas durante a coleta de dados não disponibilizam telejornais ou programas de debates na internet. Nos canais virtuais das TVs UFAM e UFRR só foram encontrados boletins de notícias e no canal de compartilhamento de conteúdo da TVE Unitins não foi possível identificar nenhum conteúdo telejornalístico atualizado.

Atendendo aos critérios propostos acima e se adequando às limitações impostas pela coleta de dados por meio digital, foram analisados os seguintes telejornais e programas de debates e entrevistas:

1. UESB Notícias 1ª edição: produzido pela TV UESB, ligada à Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Exibido ao vivo em sinal aberto e na TV a cabo de segunda a sexta, às 12 horas, em janela de 45 minutos;

2. Jornal da UFU: produzido pela TV Universitária de Uberlândia, que exibe conteúdo produzido pela Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia, ligada à UFU. Exibido ao vivo em sinal aberto de segunda a sexta, às 19 horas, com janela de meia hora;

3. Câmera Aberta 1ª edição: produzido pela Unisul TV (UniTV), ligada à Universidade do Sul de Santa Catarina. Exibido ao vivo em sinal aberto e na TV a cabo de segunda a sexta, às 12 horas, com janela de meia hora;

4. Brasil em Questão: produzido pela UnBTV, gerida pela Universidade de Brasília. Programa gravado e exibido quinzenalmente às terças-feiras na TV a cabo às 22 horas, com janela de cerca de 30 minutos;

5. Em Pauta: produzido pela TV Unesp, da Universidade Estadual Paulista, em parceria com a TV Câmara de Botucatu e a TV e Rádio Câmara de Bauru. Programa gravado e exibido quinzenalmente às sextas-feiras em sinal aberto e na TV a cabo às 17 horas e 30 minutos, com janela de uma hora e meia;

6. Opinião Pernambuco, produzido pela TVU Recife, gerida pela Universidade Federal de Pernambuco. Programa gravado e exibido em sinal aberto de segunda a sexta, às 19 horas e 30 minutos, com janela de meia hora.

## **6. Considerações sobre o Telejornalismo da Televisão Universitária**

O estudo foi realizado a partir da seleção de edições dos três telejornais e dos três programas de debates e entrevistas, que foram disponibilizadas nos sites oficiais ou em canais de compartilhamento de conteúdos na internet durante o ano de 2021. Após a delimitação do escopo de análise foi realizada a etapa descritiva, por meio da descrição dos diferentes elementos presentes nos produtos telejornalísticos e, por fim, foi realizado o processo de análise crítica dos objetos, ou seja, a etapa qualitativa.

### **6.1 Descrição e Análise dos Objetos**

Para analisar os três telejornais diários foi criada uma semana composta dos programas, ou seja, foram selecionadas cinco edições de cada um deles exibidas em diferentes dias do mês, seguindo a ordem dos dias da semana. Assim é possível entender como se dá a dinâmica do conteúdo semanal e ao mesmo tempo abarcar maior diversidade de temáticas tratadas do que uma análise da semana convencional, pois nela um mesmo assunto pode se repetir em diferentes dias como *suíte*.

Para analisar os programas de debates quinzenais foram escolhidas quatro edições de diferentes meses para que se pudesse observar a abrangência das temáticas retratadas. Já para realizar a análise do programa diário de debates foram escolhidas quatro edições de diferentes semanas dentro de um mesmo mês, uma vez que há mais edições disponíveis.

O primeiro passo da análise foi descrever o histórico e modelo de funcionamento das emissoras em questão e abordar de que maneira elas se relacionam com a radiodifusão pública. Depois foram descritas cada uma das edições selecionadas, buscando elucidar as escolhas tomadas em relação à estruturação da narrativa textual, à escolha de fontes e ao conteúdo audiovisual.

Na sequência, foi realizada a etapa qualitativa da análise, momento em que as variáveis criadas por Becker (2012), fragmentação, dramatização e definição de identidades, foram aliadas aos indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, propostos nesta pesquisa. Para proceder o estudo foram levadas em conta as características específicas de cada tipo de produto, telejornais ou programas de debate e entrevista e respondidas as perguntas que avaliam cada um dos indicadores.

Por fim, houve uma análise comparativa entre as edições, com vistas a responder como o telejornalismo das emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior se

relacionam com as diretrizes da radiodifusão pública e se esse conteúdo é complementar ao que é produzido nas televisões estatais e comerciais.

### **6.1.1 UESB Notícias 1ª edição- TV UESB**

TV UESB é uma concessão educativa mantida pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia desde 2002 e integra o Sistema UESB de Rádio e Televisão Educativas. Com sede em Vitória da Conquista, ela alcança cerca de 250 mil habitantes de 13 cidades localizadas no sudoeste baiano. A emissora foi criada inicialmente para atender necessidades laboratoriais dos estudantes do curso de jornalismo, mas o corpo de funcionários está ligado diretamente à reitoria da universidade e o financiamento da estrutura se dá por meio de recurso direto da instituição.

Segundo descrição encontrada nas redes sociais da emissora, a TV UESB tem como principal objetivo veicular programas informativos, de entretenimento e de interesse educativo, técnico-científico e sociocultural, de modo a contribuir para a formação da educação e da cultura em todos os níveis. Ela exibe conteúdo em sinal aberto, na TV a cabo e pelo YouTube e é afiliada à TVE Bahia, que faz parte da rede encabeçada pela TV Brasil. A TV UESB retransmite grande parte da programação dessas emissoras, além de produzir duas edições do telejornal UESB Notícias, o jornalístico semanal Edição de Notícias, e o programa de divulgação científica Univerciência, em parceria com as emissoras públicas dos nove estados do Nordeste, e séries especiais.

Já que ela integra o Campo Público de Televisão no Brasil, é importante destacar de que maneiras a emissora se aproxima ou se distancia das diretrizes da comunicação pública. Em relação à universalidade, a TV UESB disponibiliza seu conteúdo em diferentes plataformas, como sinal aberto, TV a cabo e canal em plataforma de compartilhamento de vídeos, e isso torna o conteúdo acessível a grande parcela da população, até mesmo quem não mora na cidade onde ela está instalada. No entanto, dentro a produção própria da emissora, só há interpretação para Libras no programa Univerciência e isso torna a maior parte do conteúdo, inclusive o jornalístico, inacessível à comunidade surda.

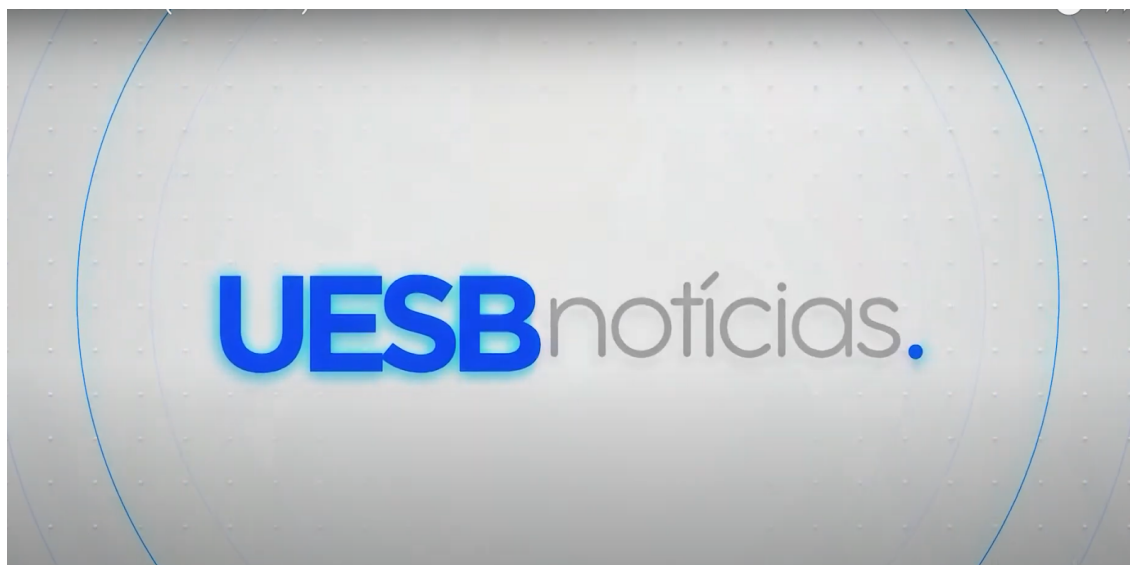
A programação do canal universitário, por sua vez, busca refletir o leque de debates da sociedade, principalmente da comunidade local; o que pode ser identificado no conteúdo dos programas jornalísticos, os quais são voltados para as temáticas

relevantes para a região sudoeste e que nem sempre ganham cobertura nos veículos comerciais. Outro ponto importante é a busca por popularizar a ciência por meio da divulgação de pesquisas desenvolvidas em universidades e institutos federais, com linguagem simples.

A emissora baiana, assim como demais televisões universitárias brasileiras, pode ser considerada independente das pressões comerciais, já que não está atrelada à busca pela audiência e por anunciantes que financiem sua programação. No entanto, por meio da análise superficial da programação não é possível afirmar que ela esteja livre das pressões políticas, uma vez que está diretamente ligada à universidade e precisa atender também aos seus interesses. Ademais, a emissora é financiada com recursos da universidade estadual, o que pode gerar desentendimentos em relação ao papel a ser desempenhado pela emissora e conflitos de interesses durante a tomada de decisão quanto ao que deve e ao que pode ser divulgado.

Por fim, o serviço oferecido pela TV UESB se diferencia das produções comerciais mais em relação aos assuntos abordados em sua programação do que em decorrência de inovações de formatos, já que os programas não demonstram substanciais inovações estéticas e se espelham em formatos consolidados pelas televisões comerciais. Assim, ela atende ao requisito de especificidade em sua programação ao se mostrar disposta a produzir conteúdos que, na maioria das vezes, não interessam aos serviços comerciais, como programas de divulgação científica e telejornalismo local em cidades do interior.

**Figura 1- Abertura do UESB Notícias 1ª edição**



O UESB Notícias foi o primeiro programa jornalístico da emissora baiana e é exibido há mais de uma década. O programa conta com duas edições, uma na hora do almoço e outra à noite, ambas produzidas por uma equipe de cerca de 25 pessoas, que inclui estagiários de comunicação social da UESB. A pandemia de Covid alterou a rotina produtiva e, para garantir a segurança das equipes, a segunda edição foi suspensa em abril de 2020 e a primeira edição foi alongada, principalmente com o uso de materiais produzidos por meio da internet. O programa noturno só voltou a ser exibido no segundo semestre de 2021.

A linha editorial do telejornal privilegia a cobertura de fatos e eventos ocorridos em Vitória da Conquista e demais municípios da região sudoeste, a terceira maior da Bahia, com exceção de crimes e demais eventos relacionados à violência urbana. Uma das integrantes da equipe da emissora define o telejornalismo produzido como um jornalismo cívico, que busca atender às necessidades da população local, como as comunidades quilombolas, indígenas e periféricas, as quais nem sempre encontram espaço no sistema comercial. Além disso, busca aprofundar discussões sobre temas de relevância social e explicar de maneira didática e analítica como afetam o cotidiano.

O público pode cooperar com a construção do conteúdo entrando em contato com a produção pelo telefone ou por meio de canais na internet para sugerir assuntos, acontecimentos e eventos da região. Segundo a equipe de produção, o conteúdo produzido pelos cidadãos também pode ser exibido no telejornal para ilustrar uma informação abordada.

A abordagem regional é evidenciada na abertura do telejornal, que sucede a escalada e é composta por imagens das cidades. Sobre essas cenas surgem círculos azuis e brancos, em meio aos quais aparece o nome do programa duas vezes. Primeiro o título surge escrito em letras brancas sobre fundo azul com a indicação da edição e, por fim, aparece a logomarca oficial, com a palavra “UESB” em letras azuis e a palavra “notícias” em cinza, seguida de um ponto final na mesma cor, sobre fundo branco.

As imagens da cidade compõem também o cenário do programa diário e aparecem em uma tela localizada atrás do apresentador Thiago Henrique, que conduz o telejornal em pé. O cenário conta também com uma televisão, localizada à esquerda do jornalista, na qual aparece o nome da universidade escrito em azul. Nesta tela o apresentador também lê informações elencadas em cartelas e interage com jornalistas que se encontram em diferentes pontos da cidade para realizarem *links* ao vivo. Para completar a identidade visual do programa há duas pequenas tarjas azuis e brancas,

localizadas no canto inferior esquerdo da tela com informações sobre o clima das cidades que compõem o sudoeste baiano e o horário local.

A primeira edição do UESB Notícias é exibida ao vivo de segunda a sexta, às 12 horas e está inserida em uma janela de programação de 45 minutos, divididos em três blocos. Para fazer parte da semana composta a ser analisada foram escolhidos os programas exibidos nas seguintes datas de 2021: 18 (segunda-feira) e 26 (terça-feira) de outubro; 03 (quarta-feira), 11 (quinta-feira) e 26 (sexta-feira) de novembro<sup>7</sup>.

Por se tratar de um período mais restritivo em relação às medidas de contenção da pandemia de Covid-19, as edições do telejornal local utilizaram sonoras gravadas por meio da internet e apresentaram todos os repórteres, durante passagens e *links*, e a maioria dos entrevistados em externa usando máscaras faciais. O apresentador e os entrevistados de estúdio não usaram essa proteção.

Na segunda-feira, 18 de outubro, o telejornal contou com 42 minutos e 23 segundos de produção, dividida em três blocos. O primeiro durou 17 minutos e 26 segundos, e apresentou duas reportagens, uma sobre a volta às aulas presenciais em Vitória da Conquista (03'05'') e outra sobre o aumento da inflação (02'48''); um quadro chamado Giro de Notícias (03'52''), com notas secas e cobertas sobre acontecimentos e eventos dos municípios e da UESB apresentadas por uma estudante de jornalismo; e um *link* ao vivo com entrevista sobre obras paralisadas na avenida Olívia Flores (04'18'').

O segundo bloco, com duração de 10 minutos e 42 segundos, começou com informações sobre pandemia de Covid-19 em uma reportagem sobre queda na testagem (03'09''), seguida de dados sobre casos, mortes e ocupação de leitos nas cidades de Vitória da Conquista, Jequié e Itapetinga, apresentados por meio de uma animação em tela cheia (01'02''); na sequência foi exibida reportagem sobre uma campanha realizada por movimentos feministas para arrecadação e distribuição de absorventes para mulheres em situação de vulnerabilidade (03'34'') e informações sobre a previsão do tempo nas cidades da região, por meio de cartela animada e narração em off (01'23'').

Por fim, o terceiro bloco durou 14 minutos e 15 segundos, e começou com uma entrevista com Rubens Sampaio, diretor do Sistema UESB de Rádio e Televisão, sobre a ampliação da programação jornalística na TV UESB (05'03''); depois apresentou reportagem, com personagem, sobre a Feira do Livro Popular (01'57''), seguida de nota seca sobre campanha de arrecadação de livros; e de uma matéria, com personagem, sobre a importância da mamografia na prevenção do câncer de mama (04'16'').

---

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/c/TVUESB>

Já na terça-feira, 26 de outubro, o programa teve duração menor, de 36 minutos e 48 segundos. O primeiro bloco, que durou oito minutos e 50 segundos, apresentou reportagem sobre problemas causados pelas chuvas em Vitória da Conquista (02'09") e um *link* ao vivo sobre problemas com abastecimento de água nessa cidade (03'56").

O segundo bloco foi um pouco maior, 10 minutos e 26 segundos, e começou com reportagem, com personagem, sobre importância da prática de exercícios físicos para prevenção da Covid (03'13"); e depois apresentou dados sobre a pandemia nas cidades de Vitória da Conquista, Jequié e Itapetinga (01'05"); mais um *link* ao vivo, dessa vez sobre uma cooperativa de produção de café na região (03'32") e a previsão do tempo (01'20").

Para finalizar a edição, o terceiro bloco durou 17 minutos e 32 segundos, e foi iniciado com nota seca sobre falta de insumos no banco de sangue e entrevista gravada sobre o Outubro Rosa (06'21"); seguida de uma matéria especial sobre produção leiteira em Iguai (05'26"). Os minutos finais foram dedicados ao esporte em uma reportagem sobre voo livre (04'13"), em que repórteres da emissora participaram da prática e todos, tanto jornalistas quanto entrevistados, se encontravam sem máscaras.

Na quarta-feira, 03 de novembro, o UESB Notícias apresentou problemas técnicos e por isso, teve produção total de apenas 19 minutos e 40 segundos. A edição começou com mais de oito minutos de atraso, o qual não foi explicado pelo apresentador. O primeiro bloco durou sete minutos e 45 segundos e apresentou reportagem sobre vacinação de crianças contra a Covid em Jequié (03'35") e dados sobre a pandemia na região sudoeste (1'); ao final contou com nota seca sobre interrupção do abastecimento de água em Belo Campo e Vitória da Conquista.

O início do segundo bloco também foi marcado por um atraso, dessa vez de cerca de quatro minutos, durante os quais a imagem final da vinheta de passagem, com o nome do telejornal, permaneceu fixa na tela. Dessa vez, o apresentador explicou o ocorrido e afirmou que a emissora havia ficado fora do ar. Este bloco teve duração de mais de oito minutos e 22 segundos, e apresentou entrevista gravada sobre a ocorrência de chuvas na Bahia (04'08"); previsão do tempo (01'22") e reportagem sobre o desafio ciclístico Corujão (2'), que contou novamente com a participação da repórter na atividade, mas não apresentou nenhuma entrevista com demais participantes. O final desse bloco foi cortado de forma abrupta, sem que o apresentador terminasse de anunciar o conteúdo que viria a seguir. Da mesma maneira, o último bloco também foi cortado bruscamente, sem que o apresentador fizesse o encerramento, aparentemente

por novos problemas técnicos. Esse bloco teve apenas três minutos e 33 segundos, e apresentou entrevista sobre o programa de divulgação científica Univerciência, com inserção de imagens de cobertura em tela cheia.

A edição do dia 11 de novembro, quinta-feira, teve duração de 40 minutos e nove segundos, e apresentou um problema técnico nos primeiros minutos, momento em que a cabeça de uma das matérias não tinha áudio e o carácter do apresentador estava errado. A matéria em questão tratou da vacinação contra a Covid em Vitória da Conquista (03'10) e foi seguida pela apresentação de dados sobre a pandemia (01'07"); depois foi exibida reportagem que analisou de forma aprofundada as causas e as consequências do aumento do desemprego no país (05'38") e nota coberta sobre convocação para audiência pública de apresentação do orçamento da UESB para 2022. Com isso, o primeiro bloco chegou a 12 minutos e 15 segundos.

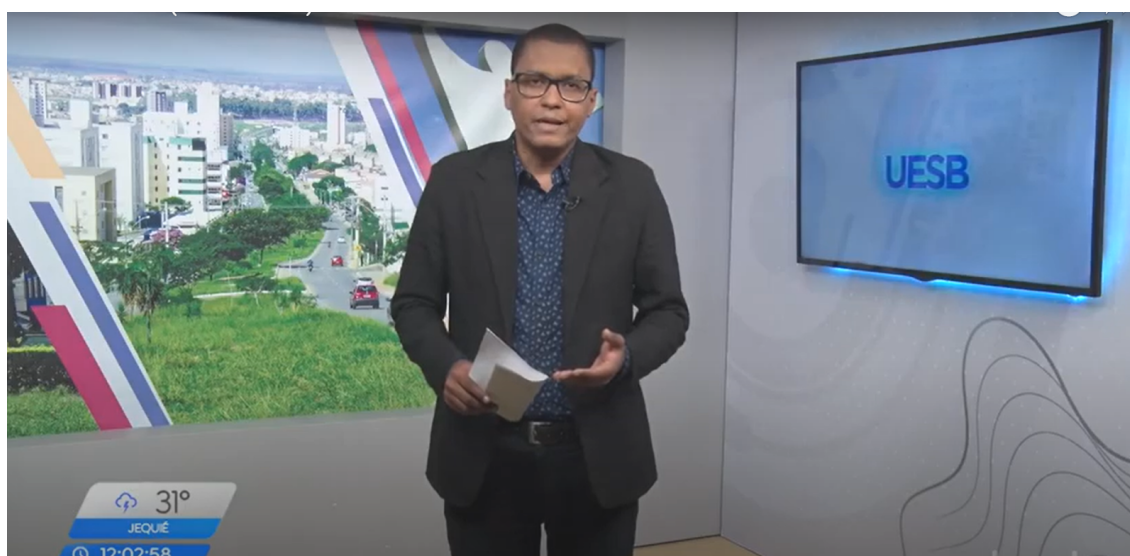
Tempo próximo ao do segundo bloco, que durou 12 minutos e 28 segundos, que apresentou uma entrevista em estúdio com sindicalista sobre as mudanças do governo federal no pagamento de precatórios (08'25"); uma cartela com narração em off com dicas de emprego e estágio (01'40") e previsão do tempo (01'20"). O bloco final durou 15 minutos e 26 segundos, e exibiu sonora remota sobre o Projeto Academia da Bola da UESB (03'33"); reportagem sobre diabetes, apenas com sonoras remotas com fontes da área da saúde (04'27"), sendo que uma delas foi inserida em quatro momentos diferentes; e matéria sobre o jogo educativo Eco Divertido, desenvolvido por alunos do Instituto Federal da Bahia, com sobe som ao final (05'07").

A última edição do UESB Notícias 1ª edição analisada foi exibida no dia 26 de novembro, a qual teve duração total de 36 minutos e 25 segundos, e apresentou mudanças no cenário, mais reduzido e sem as imagens de cidades ao fundo. O primeiro bloco durou nove minutos e 40 segundos, e começou com a leitura de nota seca pelo apresentador sobre a suspensão de um projeto de lei sobre taxa de lixo; seguida de matéria sobre elevação do preço nos produtos da Ceia de Natal (02'30"); de dados sobre a pandemia de Covid-19 (01'23"); e de reportagem especial sobre o Dia Nacional do Doador de Sangue, a qual contou com personagem (03'25"). O bloco seguinte foi mais curto e durou apenas seis minutos e 25 segundos, durante os quais foi apresentada uma entrevista com a presidente eleita da OAB de Vitória da Conquista.

Já o bloco final teve duração total de 20 minutos e 50 segundos, e contou com entrevista gravada sobre o Feirão Serasa Limpa Nome (02'43"); previsão do tempo (01'35"); quadro Giro de Notícias (05'12"); reportagem sobre venda casada de celular e

carregador, com personagem (03'46'"); e matéria sobre o talento de um menino que toca sanfona, com sobe som ao final (02'16'"). Esse conteúdo apresentou problemas técnicos na captação de áudio que dificultaram o entendimento do que foi dito pelo personagem e pelo repórter durante a passagem. O bloco terminou com o quadro Agenda Cultural, com apresentação de uma jornalista e inserção de imagens e informações na tela (02'30'"). O encerramento, que nas outras edições exibiu imagens de cidades e trilha sobreposta, contou com imagens do menino se apresentando com a sanfona e o áudio original da apresentação.

**Figura 2- Cenário do UESB Notícias 1ª edição**



Depois de descrever o telejornal, foi realizada uma análise das questões referentes aos indicadores de qualidade do telejornalismo das televisões universitárias nas edições do UESB Notícias 1ª edição. O primeiro deles foi o da universalidade, que nos leva a salientar que o conteúdo é disponibilizado em sinal aberto, o que garante acesso de quem não tem condições financeiras de pagar por TV a cabo ou serviço de internet, mas não há efetiva preocupação em relação à acessibilidade, já que o conteúdo jornalístico não conta com interpretação para Libras e audiodescrição.

Em relação à diversidade, não foi possível encontrar na amostra analisada uma gama vasta de pontos de vista, a qual incluísse sujeitos de diferentes grupos sociais, já que as principais fontes eram especialistas e representantes do poder público; sendo que os cidadãos comuns apareceram mais para personificar o conteúdo, como personagens, ou para atestar a tese apresentada nas matérias, em entrevistas rápidas. Por outro lado, podemos apontar a inclusão de entrevistados que ampliam tal grupo de fontes, como

sindicalistas e integrantes de movimentos sociais. Também há uma abertura maior para a participação de professores da UESB como fontes dos materiais exibidos.

O conteúdo produzido é objetivo, mas realiza uma abordagem analítica em determinados momentos. Isso pode ser visto na reportagem sobre as causas e consequências do desemprego e na entrevista ao vivo com um sindicalista para falar sobre precatórios, assunto dificilmente explorado em profundidade no telejornalismo comercial. Alguns dos temas debatidos também apontam para a valorização de direitos essenciais, como a matéria sobre combate à pobreza menstrual; e da liberdade de expressão, discutida durante a entrevista com o diretor do SURTE, Rubens Sampaio, quando ele destacou a importância da comunicação pública.

Entretanto, as edições analisadas não se mostraram suficientes para avaliar com clareza se o conteúdo pode ser considerado independente de pressões externas. Da mesma forma, não foi possível atestar ou refutar a representação de diversidade religiosa, étnica ou de orientação sexual, já que nenhum conteúdo exibido durante a semana composta tratou dessas temáticas de maneira explícita. Quanto à representação da diversidade étnica é necessário apontar que o telejornal conta com um apresentador e repórteres negros, assim como homens e mulheres negras foram ouvidos como fonte das matérias produzidas.

Ao analisar o estilo cidadão, foi possível perceber que o programa segue a mesma lógica do telejornalismo comercial de elencar informações rápidas e superficiais por meio da colagem de narração e sonoras, e por isso, falta contextualização em alguns conteúdos, principalmente naqueles repassados por meio de notas e matérias. Por outro lado, existe a preocupação de aprofundar os temas abordados, principalmente nas entrevistas ao vivo no estúdio ou gravadas em externa e nos *links* externos, presentes em todas as edições analisadas. Da mesma maneira, há preocupação com a utilidade pública, pois todo conteúdo se volta para a cobertura de fatos e eventos regionais que interessam a população e à abordagem de assuntos de relevância.

Por outro lado, o conteúdo do telejornal se aproxima da estética do telejornalismo comercial e por isso falta atitude inovadora. Não foi possível perceber que a emissora do sudoeste baiano invista em inovações, apesar de funcionar como um laboratório para os estudantes dos cursos de comunicação, que poderiam estar mais propensos ou ser incentivados a inovar. Além disso, houve problemas técnicos significativos durante três edições da semana analisada, que reduziram o tempo das produções ou comprometeram o entendimento das informações, os quais são incomuns

em telejornais comerciais e podem fazer com que o espectador perceba a produção da emissora como de menor qualidade.

Quanto à inclusão, os estudantes e professores da própria instituição parecem ser os únicos grupos externos à TV que participam da produção dos materiais. Isso porque não foi possível identificar a divulgação ou incentivo para o uso de canais de interação com o espectador, nem mesmo durante as entrevistas, momento em que os cidadãos poderiam tirar dúvidas ao vivo. As redes sociais e outros canais em que os espectadores podem enviar informações foram divulgadas apenas durante o intervalo do programa. Da mesma maneira, não foi possível encontrar nenhuma inserção de conteúdo dos espectadores e muito menos espaços de participação efetiva para eles.

**Tabela 8- Aplicação da análise televisual no UESB Notícias**

<b>Etapa Qualitativa</b>		
<b>Categorias</b>	<b>Aplicação</b>	<b>Relação com Indicadores de Qualidade</b>
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	A fragmentação do conteúdo nas notas e reportagens não auxilia a compreensão, no entanto, as entrevistas que ocorrem diariamente, em estúdio ou externa, possibilitam maior tempo para a reflexão sobre os assuntos tratados.
Dramatização	Estrutura narrativa.	A estrutura se aproxima do modelo comercial, pautado na agilidade das informações, mas oferece contextualização e análise de assuntos compreendidos como mais relevantes.
Definição e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Os temas tratados refletem os interesses cotidianos da comunidade da região. No entanto, não há acessibilidade, nem evidências de que haja efetiva participação de cidadãos na produção.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

Ao aliar os indicadores às categorias de análise propostas por Becker (2012) pode-se perceber que a primeira edição do UESB Notícias valoriza a exposição de temáticas nem sempre abordadas nas emissoras comerciais, principalmente aqueles que dizem respeito ao dia a dia da comunidade regional. Também há preocupação em tratar de assuntos de maneira mais analítica e durante mais tempo do que o usual no telejornalismo comercial. Apesar disso, a forma como o conteúdo é editado e exibido não apresenta recursos inovadores e não há incentivo à participação das comunidades.

### 6.1.2 Jornal da UFU- TV Universitária de Uberlândia

A TV Universitária de Uberlândia é uma emissora educativa gerida pela Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia- RTU e afiliada da TV Cultura, que exibe conteúdo em sinal aberto e pelo YouTube. A RTU foi criada em 1988 como entidade de direito privado, com personalidade jurídica própria, sem fins lucrativos e com autonomia administrativa, financeira e patrimonial, para regularizar as concessões de rádio e TV da Universidade Federal de Uberlândia. Entre 1992 e 1996, a emissora funcionou como repetidora da TVE do Rio de Janeiro e apenas depois do início da administração da UFU passou a operar como estação mista e deu início à veiculação de programação própria (GOULART, 2014, p. 09).

Ela tem como objetivo “produzir e veicular programas de rádio e televisão educativas, contribuindo para a melhoria da educação e da cultura” (FUNDAÇÃO RÁDIO E TELEVISÃO EDUCATIVA DE UBERLÂNDIA, 2011, p. 02). Segundo o projeto *Tecnologia de comunicação para educação a distância e universalização da educação fundamental*, desenvolvido pela UFU em 1994, a rádio e a TV universitária configuram um espaço privilegiado para a experimentação de novos caminhos para o uso do conhecimento produzido na instituição e atuam como “instrumentos de intervenção social e de melhoria do ensino; para a prestação de serviços de Educação a Distância como forma de democratizar o acesso educacional”; para a produção de programas voltados à construção da cidadania e a partir das pesquisas desenvolvidas dentro da instituição (UFU, 1994, p. 11).

Por não se tratar de um órgão da estrutura da UFU, a televisão universitária não recebe verbas diretas da instituição e se mantém financeiramente por meio da realização de produtos audiovisuais junto a sua principal parceira, a universidade. Dessa maneira, a instituição destina uma verba fixa para o cumprimento das demandas solicitadas, dentre elas a produção e exibição do Jornal da UFU na TV e os serviços realizados pela produtora de vídeo, como peças institucionais e transmissões virtuais. Além disso, a RTU busca recursos por meio de editais de financiamento de conteúdos audiovisuais.

Por conseguinte, a equipe da emissora é dividida em duas: uma responsável pela produção de conteúdos da produtora, com cerca de cinco funcionários, e outra que produz o único programa local exibido na grade de programação, que possui cerca de oito profissionais. Segundo informações de uma integrante da equipe, a estrutura de produção conta ainda com a participação de estagiários do curso de jornalismo da UFU

e os estúdios são utilizados como laboratórios pelos estudantes da instituição. A relação com o curso também se dá pela presença de professores no conselho curador da emissora universitária.

Por causa da necessidade de distanciamento social por conta da pandemia de Covid-19, a presença de profissionais e estudantes nas dependências da emissora foi reduzida. Os alunos deixaram de frequentar o campus por conta do ensino remoto e a maioria da equipe teve que trabalhar de forma híbrida até outubro de 2020. A crise sanitária também alterou a rotina de produção do Jornal da UFU, que deixou de contar com entrevistados no estúdio e passou a exibir, quase que exclusivamente, conteúdos gravados por meio da internet. Isso garantiu a participação de fontes de diferentes partes do país e não só daquelas que estivessem em Uberlândia.

Ao analisar a constituição e a programação da emissora nota-se que há preocupação com a universalização do conteúdo para as pessoas com deficiência visual e auditiva. Isso porque há interpretação para Libras no telejornal diário e em conteúdos especiais produzidos nos últimos anos, como o documentário *Mulheres em Trânsito-territórios afetivos*, sendo que este último foi disponibilizado na internet em versões diferentes, uma com audiodescrição e outra com tradução para Libras.

Da mesma forma, a TV Universitária de Uberlândia demonstra estar atenta aos debates que têm surgido em diferentes comunidades, uma vez que trata de temas relevantes que raramente são debatidos pelas emissoras comerciais locais; seja por meio de entrevistas no telejornal diário ou em produções especiais, como a citada acima, a qual aborda a inserção de mulheres trans no mercado de trabalho. Assim como apontado na análise da emissora anterior, o telejornalismo produzido pela televisão do triângulo mineiro tem como foco a comunidade local e cobre ações e acontecimentos que ocorrem na região. Além disso, a emissora se volta para a popularização da ciência por meio da divulgação de pesquisas desenvolvidas pela universidade em diferentes produtos audiovisuais.

Em relação a independência financeira, a TV Universitária de Uberlândia tem uma condição diferente da TV UESB, uma vez que não se constitui como órgão da universidade e é gerida por uma fundação de apoio. Isso afeta o financiamento da referida emissora, já que ela não conta com a destinação direta de recursos da Universidade Federal de Uberlândia e deve estabelecer contratos e parcerias que garantam a manutenção de seu funcionamento. A universidade é o maior cliente da

fundação responsável pela TV, mas há busca por outras forças de financiamento, como os editais de incentivo à cultura.

Já em relação à especificidade do serviço oferecido, pode-se afirmar que o conteúdo produzido pela TV Universitária de Uberlândia se diferencia da produção comercial por meio dos temas debatidos em sua programação, já que atende a demanda de informações audiovisuais sobre a realidade de cidades do interior ao mesmo tempo que busca tratar de forma aprofundada assuntos que contribuem para a consolidação de direitos e da cidadania. Entretanto, não é possível encontrar substanciais inovações estéticas e de formato ou estabeleçam um diferencial em relação ao modelo estabelecido pelas televisões comerciais.

**Figura 3- Abertura do Jornal da UFU**



O único programa com periodicidade constante na grade de programação local é o Jornal da UFU, que vai ao ar de segunda a sexta às 19 horas, ao vivo, em uma janela com duração de meia hora, sem intervalos. Ele conta com interpretação para Libras, realizada por intérpretes inseridos no canto inferior direito da tela. Se aproximando do modelo do Jornal da Cultura da TV Cultura, a qual a emissora mineira é afiliada, cada edição busca abordar de maneira aprofundada as pautas consideradas de relevância nos cenários internacional, nacional e local. Essa abordagem se dá por meio de entrevista sobre um tema central com convidados em estúdio e reportagens pertinentes ao assunto.

Em função dessa linha editorial, a equipe compreende a TV Universitária de Uberlândia como uma emissora pública e define o conteúdo produzido pelo telejornal como jornalismo interpretativo e analítico. Para otimizar a produção, as principais

fontes consultadas têm relação com a universidade e os temas que devem ser debatidos ao longo da semana são definidos por meio de uma reunião de pauta semanal, sendo que eles podem ser alterados devido a acontecimentos factuais de maior importância.

Além disso, o programa exhibe matérias e notas sobre a universidade e sobre o dia a dia da região; deixando de lado apenas fatos relacionados à segurança pública, numa clara intenção de se afastar da cobertura policial realizada pelas emissoras comerciais. O telejornal conta também com produções de diferentes parceiras, como a NTU Patos de Minas, Rede Minas e TV Cultura.

A amplitude de temas que podem ser debatidos durante o programa são elencados na abertura do telejornal, que começa com uma tela branca sobre a qual surgem círculos azuis dentro dos quais é inserida a sigla JU, também em azul. Os círculos são preenchidos pelas cores azul e rosa, sendo que esta última toma conta da tela por completo e da sigla, inserida sobre um círculo branco.

Sobre o fundo rosa surgem aos poucos círculos de diferentes cores com palavras escritas em letras brancas; os círculos tomam conta de toda a tela. As palavras escritas dentro dos círculos coloridos são: educação, cultura, debate, sociedade, graduação, ciência, editais, pesquisa, eventos, estudantes, economia, pública, ensino, docente e informação. Ao final, os círculos coloridos desaparecem atrás do círculo central no qual está inserida a sigla. O círculo passa a ser azul, com as letras JU na cor branca, e se move para o canto esquerdo da tela para dar espaço para o nome do telejornal, escrito em azul e rosa.

A imagem final da abertura compõe parte do cenário e está inserida na parte da frente da bancada que comporta a apresentadora Patrícia Mansan e os diferentes entrevistados de estúdio. No restante do cenário predominam as tonalidades brancas e cinzas e há a presença de uma televisão, na qual é exibida a logomarca do programa e são inseridas imagens de cobertura ao longo das entrevistas. Durante todo o programa a *hashtag* *JornaldaUFU* fica visível no canto superior esquerdo da tela. As marcas d'água TVU e TVU ao vivo também ficam visíveis em vários momentos, no canto inferior direito e no canto superior direito, respectivamente.

A emissora do triângulo mineiro, assim como a TV UESB, abre espaço para participação do público por meio de aplicativos de trocas de mensagens ou por meio de canais de interação na internet. Os cidadãos podem sugerir assuntos a serem debatidos, acontecimentos que podem ser cobertos e eventos para divulgação no quadro Agenda Cultural. Além disso, os espectadores podem encaminhar perguntas aos entrevistados de

estúdio e comentários sobre o tema abordado por meio do *chat* disponibilizado no canal da emissora no YouTube.

A semana composta do Jornal da UFU a ser analisada conta com os programas exibidos nas seguintes datas de 2021: 1º (segunda-feira), 09 (terça-feira) e 17 (quarta-feira) de novembro; 02 (quinta-feira) e 10 (sexta-feira) de dezembro. Em cada dia havia um tema central no programa, debatido com uma fonte qualificada em entrevista ao vivo no estúdio e especificado em uma tarja inserida na tela durante a realização da conversa. Os temas abordados na semana composta foram, respectivamente: Desburocratização de serviços, Novembro Azul, Preparação para o Enem, Quarta onda de Covid-19 e Solidariedade no Natal<sup>8</sup>.

As edições do telejornal mineiro contaram com sonoristas gravadas por meio da internet e apresentaram todos os repórteres, durante as poucas passagens encontradas, e todos os entrevistados em externa usando máscaras faciais. Os apresentadores e os entrevistados de estúdio não usaram máscaras, com exceção da fonte que participou no programa no dia 1º de novembro.

A primeira edição analisada foi ao ar na segunda-feira, 1º de novembro, e debateu a Desburocratização dos serviços com o especialista em Gestão Pública, Rodrigo Abreu, em uma entrevista dividida em três momentos que somaram 11 minutos e 14 segundos. Para subsidiar a discussão, foi exibida uma reportagem de seis minutos sobre o tema. O programa também abordou a pandemia, com a utilização de um cartela estática com dados (44''); o aumento da mortalidade por doenças crônicas durante a crise sanitária em reportagem da NTU Patos de Minas (02'33''); o turismo sustentável em matéria própria (02'41'') e a previsão do tempo, com cartela animada e narração em off (46''). O telejornal teve produção total de 27 minutos e 21 segundos.

Já no dia 09 de novembro, terça-feira, o tema principal foi a campanha de conscientização sobre o câncer de próstata Novembro Azul, explicada pelo urologista Célio Queiroz ao longo de sete minutos e 20 segundos, divididos em dois momentos. Antes do início da entrevista foi exibida reportagem sobre a doença, que contou com entrevista e imagens de um paciente curado (05'04''). Outros temas tratados ao longo da edição foram: pandemia, por meio de narração coberta com cartela (45''); distribuição de absorventes para alunas da Rede Municipal de Educação de Uberlândia (51'') e processo seletivo para vagas remanescentes na UFU (01'25''), ambas por meio de nota

---

<sup>8</sup> <https://www.youtube.com/c/TVUniversit riaUFU>

coberta; e reclamações sobre aplicativo de compras coletivas, por meio de reportagem (02'28"). Dessa maneira, o telejornal durou 22 minutos e 20 segundos.

O programa exibido na quarta-feira, 17 de novembro, teve produção total de meia hora e orientou estudantes sobre a preparação para o Exame Nacional do Ensino Médio por meio de entrevista de 10 minutos e 50 segundos com a diretora da Faculdade de Educação da UFU, Geovana Melo. Para subsidiar a conversa foram exibidas uma reportagem sobre as interferências realizadas pelo governo federal no Enem (02'40") e duas sonoras de professores dando dicas sobre a avaliação (04'04"). Além disso, o programa exibiu cartela com informações sobre a pandemia (38"); reportagem da TV Cultura sobre práticas antiéticas na política (02'18"); matéria sobre o programa Ações Formativas Integradas da UFU, feita apenas com imagens de uma reunião virtual com os entrevistados (04'09"); e previsão do tempo (53").

Na quinta-feira, 02 de dezembro, o foco do Jornal da UFU foi a Quarta onda de Covid-19, analisada pela infectologista Francielly Gastaldi ao longo de 11 minutos e 18 segundos, divididos em duas partes. Além da entrevista, a pandemia foi abordada em outros cinco momentos: na cartela com dados locais (26"); em reportagem sobre a variante ômicron (03'33"); em matéria sobre a pandemia em Minas Gerais (06'17"); em sonora gravada com o secretário estadual de saúde (01'17"); e em matéria sobre vacinação infantil, produzida pela Rede Minas (03'37"). A única informação que não era referente à Covid, foi a nota coberta sobre alterações no transporte coletivo dentro da UFU (33'). Essa edição durou 28 minutos e 26 segundos, e foi a única apresentada por um jornalista diferente, o qual não foi identificado por meio de caracteres em nenhum momento do programa.

O fim da semana composta foi a edição exibida na sexta-feira, 10 de dezembro, cujo tema central era Solidariedade de Natal e que teve duração total de meia hora. A entrevistada desse dia foi Camila Callil, do Grupo Alegria, a qual falou por 11 minutos e 06 segundos, e teve a imagem intercalada com cenas das ações desenvolvidas pelo grupo. A solidariedade também foi abordada em duas matérias, uma sobre diferentes ações desenvolvidas na região de Uberlândia (06'32") e outra sobre a campanha Papai Noel dos Correios (01'39"). Os demais temas tratados ao longo da edição foram: julgamento dos responsáveis pelo incêndio na Boate Kiss, em nota coberta (01'11"); geração de hidrogênio verde em Itumbiara, Goiás, em nota coberta lida por uma repórter (01'43"); pandemia de Covid-19 com dados em cartela (49") e eventos culturais no

quadro Agenda Cultural, com um apresentador e inserção de imagens e informações sobre os eventos (02'52”).

**Figura 4- Cenário do Jornal da UFU**



Ao passar para a etapa qualitativa, momento em que foram avaliados os indicadores de qualidade, o primeiro ponto analisado no Jornal da UFU foi a universalidade do conteúdo. Em relação a esse quesito, faz-se necessário apontar que o telejornal é exibido em sinal aberto e postado no canal da emissora no YouTube. Além disso, todas as edições do programa contam com a participação de intérpretes para Libras, mas falta audiodescrição.

Ao tratar da diversidade, foi possível identificar que os pontos de vista apresentados nas edições analisadas são, em sua maioria, os de grupos privilegiados no meio comunicacional, como especialistas e representantes do poder público. Por outro lado, os pesquisadores da universidade se constituem como fontes de acesso privilegiado, que ganham destaque para falar de diferentes assuntos. Já os cidadãos comuns ganham espaço por meio de entrevistas rápidas para embasar uma temática abordada ou como personagens das reportagens. A objetividade narrativa parece ser o foco da produção, mas há uma clara valorização do debate de assuntos relevantes para a efetivação de direitos e promoção da cidadania, principalmente nas entrevistas temáticas. Como exemplo podemos citar a abordagem em profundidade de temas relacionados à saúde, como Covid-19 e câncer de mama e de próstata; e à educação, como o Enem.

No entanto, não foi possível atestar ou refutar a representação de diversidade étnica, religiosa, etária, ou de orientação sexual, nos conteúdos exibidos ao longo da semana composta, já que nenhum deles tratou dessas temáticas de maneira explícita. Assim como não foi possível perceber uma escolha de apresentadores, repórteres e fontes que refletisse essa diversidade. Outro ponto em que a análise da semana composta se mostrou insuficiente para responder a um questionamento estabelecido foi em relação à independência frente a pressões externas à produção jornalística e por isso, não há como afirmar se o conteúdo é independente ou não.

O terceiro indicador do telejornalismo das televisões universitárias brasileiras é o estilo cidadão. Quanto a isso, a linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação ao abordar temas de maneira aprofundada e contextualizada nas entrevistas de estúdio. Nesse espaço os assuntos podem ser debatidos durante um tempo que dificilmente é dado a entrevistas nos telejornais comerciais. Assim como há a divulgação de assuntos essenciais para moradores da cidade e de eventos que ocorrem na região com linguagem de fácil compreensão, um das premissas da utilidade pública.

Ao analisar a atitude inovadora da produção jornalística nota-se que ela se aproxima muito do modelo comercial, na estética e na fragmentação dos conteúdos exibidos, mas busca se afastar um pouco deste modelo ao incluir uma entrevista temática ao vivo em estúdio em todas as edições. A escolha parece mimetizar o Jornal da Cultura, produzido pela cabeça de rede a qual a emissora do triângulo mineiro é afiliada e que conta com entrevistados na bancada que comentam os assuntos debatidos ao longo de todo o programa. A diferença é que a fonte que está no estúdio do telejornal do triângulo trata apenas de um tema específico e não desenvolve análises acerca dos outros assuntos tratados pelo telejornal.

Como o formato do programa analisado se baseia no do telejornal da emissora não comercial de São Paulo, não foi possível identificar formatos realmente inovadores. Também não foi possível identificar recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações. Isso ocorre apesar da estrutura da televisão universitária servir como espaço laboratorial para estudantes de comunicação.

Por fim, é necessário fazer apontamentos sobre o quesito da inclusão. Por um lado, não foi possível atestar que as comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela, muito menos que participam da produção por meio de interações. Não foi encontrado nenhum estímulo à participação,

nem sequer divulgação de canais de interação durante a exibição do telejornal. Por outro lado, há expressiva presença da comunidade universitária na produção, já que estagiários fazem parte da equipe e o conselho curador da emissora conta com a presença de professores da universidade, os quais podem interferir nas decisões editoriais da televisão.

**Tabela 9- Aplicação da análise televisual no Jornal da UFU**

<b>Etapa Qualitativa</b>		
<b>Categorias</b>	<b>Aplicação</b>	<b>Relação com Indicadores de Qualidade</b>
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	A utilização da entrevista ao vivo no estúdio foge da fragmentação convencional do telejornalismo comercial e auxilia a compreensão dos temas.
Dramatização	Estrutura narrativa.	Apesar de não apresentar inovação estilística ou imagética, o telejornal valoriza o aprofundamento dos assuntos.
Definição e Identidades e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Os assuntos abordados apontam para o interesse de tratar de temas caros à democracia. Não há evidências da participação efetiva dos cidadãos na produção, mas há inserção da comunidade universitária no conselho curador.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

Aliando as respostas encontradas às categorias da análise televisual, é possível apontar que o Jornal da UFU valoriza a exposição e o debate de temáticas nem sempre abordadas nas emissoras comerciais, principalmente por meio das entrevistas temáticas diárias, que ocupam cerca de um terço do programa. Apesar disso, a forma como o conteúdo é editado e exibido e os recursos visuais utilizados não apresentam inovações que auxiliem o entendimento das informações tratadas e há pouca participação da comunidade externa na produção do conteúdo. Essa participação parece se reduzir à presença de estudantes na equipe de produção e de professores no conselho curador.

### **6.1.3 Câmera Aberta 1ª edição- Unisul TV (UniTV)**

A Unisul TV é uma concessão educativa do município de Tubarão, gerida pela Fundação Educacional do Sul de Santa Catarina, entidade municipal que até 2021 também era mantenedora da Universidade do Sul de Santa Catarina. Ela entrou no ar oficialmente com o nome de TV Unisul em 2006 na cidade de Tubarão, ocupando o

canal aberto que antes era de responsabilidade da prefeitura do município e que apenas retransmitia a TVE do Rio de Janeiro (CADORIN, 2011). Desde o início das transmissões de conteúdo próprio, a emissora é afiliada à TV Cultura.

Apenas no segundo semestre de 2021 a emissora passou pelo processo de digitalização de sua estrutura. Naquele momento ela mudou de nome para UniTV e reformulou a identidade visual e a grade de programação, que passou a contar com 14 horas de conteúdo local. Esse reposicionamento foi causado por mudanças na fundação gestora, que passou a ser responsável apenas pela concessão de TV, uma vez que a Unisul foi adquirida pelo grupo Ânima Educação. Para manter seu caráter educativo a emissora estabeleceu um acordo com esse grupo educacional privado.

Segundo fonte interna, desde o início das transmissões o foco da programação não era a instituição de ensino e sim a comunidade, com vistas à integração comunitária e ao desenvolvimento regional. Este projeto entende o jornalismo como processo formador do cidadão. De maneira complementar, a estrutura da TV atende às necessidades formativas dos estudantes dos cursos de jornalismo e publicidade da Unisul, servindo como laboratório para disciplinas. Os alunos também atuam diretamente na produção de conteúdos para TV por meio de estágios.

A quantidade de horas produzidas pela emissora catarinense é uma das maiores dentre as televisões analisadas, mas isso não garante maior proximidade das diretrizes da comunicação pública. Em relação à universalidade, a programação da UniTV alcança grande parcela da população da região onde exibe sua programação, pois está disponível em diferentes plataformas, como sinal aberto, TV a cabo e canal em plataforma de compartilhamento de vídeos. No entanto, no momento da realização desta pesquisa a programação disponibilizada na internet estava desatualizada; o telejornal Câmera Aberta, por exemplo, não contava com nenhuma edição exibida depois da mudança na estrutura da emissora universitária. Além disso, não foi possível identificar a preocupação em tornar o conteúdo mais acessível para pessoas com deficiência, já que não há conteúdos com interpretação para Libras ou audiodescrição.

Por sua vez, a programação do canal universitário atende às demandas da comunidade local na medida em que produz conteúdos direcionados aos espectadores da região do sul de Santa Catarina. Mas ao observar os programas exibidos nota-se que a emissora abre espaço para os mesmos grupos sociais que já se encontram representados em outros veículos de comunicação, como, por exemplo, os representantes da segurança pública, que comandam o programa Pensando em

Segurança Pública; e fiéis da religião católica, em três programas que exibem missas ou ensinamentos religiosos. Por outro lado, não é possível apontar a existência de programas destinados a entidades de classe e movimentos sociais que representem outros setores da sociedade ou a praticantes de outras religiões. O mesmo se dá na cobertura esportiva, que privilegia o já tão evidenciado futebol. Diferentemente do que foi encontrado nas outras emissoras analisadas, a UniTV não conta com programas educativos ou de divulgação científica em sua grade de programação.

Ao avaliarmos a independência frente a pressões políticas e comerciais, é necessário apontar que, mesmo longe da disputa por audiência estabelecida pelas emissoras comerciais, a televisão universitária em questão não se encontra livre das pressões exercidas sobre a entidade mantenedora, principalmente pela estreita ligação com um o grupo privado de educação. Isso pode gerar conflitos de interesses durante a tomada de decisão quanto ao que deve e ao que não pode ser divulgado. Por outro lado, a emissora tem buscado outros parceiros, o que pode ser percebido pela existência de diversos apoios culturais nos programas exibidos, os quais podem diversificar os meios utilizados para manter a estrutura e a equipe de profissionais, mas da mesma maneira podem gerar pressões sobre o conteúdo divulgado.

Por fim, o serviço oferecido pela UniTV se diferencia pouco das produções comerciais, já que a programação aborda, em sua maioria, temas próximos aos abordados nas emissoras comerciais utilizando-se de formatos já consagrados, como os programas de entrevista em estúdio.

**Figura 5- Abertura do Câmera Aberta 1ª edição**



Um dos programas mais antigos da emissora universitária é a edição vespertina do Câmera Aberta, exibido regularmente desde a criação da emissora. A primeira edição do telejornal vai ao ar de segunda a sexta, às 12 horas, ao vivo, em janela com duração de meia hora. O programa é dividido em três blocos e privilegia a cobertura factual, inclusive com informações sobre acidentes, ocorrência de crimes e ações das polícias; e a inserção de quadros com diferentes temáticas ao longo da semana, como dicas de saúde física e mental e orientações sobre mercado de trabalho.

A equipe de produção da edição do meio-dia conta com cerca de 14 profissionais, entre editor-chefe, produtores, repórteres, cinegrafistas e funcionários ligados à exibição, divididos nos períodos matutino e vespertino. Alguns profissionais acumulam diferentes funções, como os repórteres que atuam também como editores de texto e editores de imagem. Esses profissionais passaram a trabalhar em formato híbrido com o início das medidas de distanciamento por conta da pandemia de Covid-19, momento no qual parte da produção da emissora foi totalmente paralisada. O telejornal se manteve com parte dos trabalhadores atendendo às demandas presenciais e com o uso de materiais gravados pela internet. A crise sanitária também agravou a situação financeira da emissora, que teve que reduzir o número de funcionários.

O jornalismo da emissora é entendido pela equipe como generalista, incumbido de mostrar os fatos, mas não tanto de analisá-los, para que assim a população possa construir a própria opinião sobre a realidade. A produção também busca suprir a demanda dos espectadores do interior do país por conteúdos relacionados ao seu dia a dia, os quais se encontram à margem da cobertura dos veículos comerciais; ao mesmo tempo que tenta auxiliar a comunidade a buscar soluções para seus problemas.

Os cidadãos da região de Tubarão podem sugerir pautas a serem cobertas pelo telejornal, inclusive por meio da interação pessoal com membros da equipe, já que a aproximação entre espectadores e jornalistas é mais direta em municípios de pequeno e médio porte. Eles também podem enviar sugestões por meio dos veículos tradicionais de interação, como telefone, e-mail e redes sociais. O material enviado por membros da comunidade local, como áudios e vídeos, podem ser aproveitados e exibidos na íntegra pelos programas jornalísticos.

O foco na cobertura local não transparece na rápida abertura do programa, inserida logo após a escalada, feita com narração do apresentador sobre imagens de cobertura. A peça é composta por um globo em tons de azul, branco e cinza, que gira pela tela e está cercado de círculos das mesmas tonalidades. A partir desse globo surge o

nome do telejornal, escrito em letras brancas e todo em caixa alta. À primeira vista, tal escolha estilística parece indicar um programa voltado para a cobertura de assuntos internacionais e não um telejornal que privilegia o conteúdo local.

Por outro lado, a cidade se faz presente no cenário do telejornal por meio de imagens inseridas em telas posicionadas nas laterais do estúdio. No centro há uma TV na qual está inserida a logomarca do programa, composto pelo título Câmera Aberta sobre o globo em movimento. O cenário conta ainda com paredes azuis e uma bancada de vidro, que comporta o apresentador Marcos Madeira. Ao longo da exibição de todas as matérias e notas cobertas são inseridas tarjas com caracteres que explicam o conteúdo que está sendo apresentado.

Para fazer parte da semana composta do Câmera Aberta a ser analisada foram escolhidos os programas exibidos nas seguintes datas de 2021: 19 (segunda-feira) e 27 (terça-feira) de abril; 05 (quarta-feira) e 20 (quinta-feira) de maio, e 04 de junho (sexta-feira). Foi necessário escolher as edições do primeiro semestre de 2021 porque a emissora deixou de disponibilizar em seu canal no YouTube o conteúdo do Câmera Aberta na íntegra a partir de junho daquele ano<sup>9</sup>.

As edições selecionadas foram produzidas e exibidas em período de vigência de medidas restritivas para contenção da pandemia de Covid-19, e por isso, todos os repórteres, durante passagens e entrevistas externas, e os entrevistados usavam máscaras faciais. Pelo mesmo motivo, o programa contou com diversas sonoras gravadas por meio da internet.

O primeiro dia que integra a semana composta utilizada na análise do telejornal catarinense é a segunda-feira, 19 de abril. Essa edição durou cerca de 25 minutos e 17 segundos, e contou com três blocos. O primeiro, que durou nove minutos e 39 segundos, exibiu reportagem sobre destinação de verba para um Colégio Militar (03'37"); nota coberta com narração em off de uma repórter sobre a alta do milésimo paciente curado da Covid em Santa Catarina (01'11"); nota coberta com narração em off de uma repórter sobre vacinação de idosos (01'16"); e previsão do tempo, com cartelas animadas e imagens das cidades (1').

O segundo bloco teve duração total de sete minutos e 15 segundos, e contou com quadro de jornalismo policial chamado Ronda Policial, composto por narração em off e imagens de cobertura (01'38") e com uma pílula informativa chamada Psicologia no Cotidiano, que consistia em um vídeo gravado de maneira remota pela psicóloga

---

<sup>9</sup> Canal no Youtube descontinuado no primeiro semestre de 2022.

Marcele Bressane (4'48"). Por fim, o último bloco desta edição teve duração total de seis minutos e exibiu apenas um quadro esportivo, com narração em off, imagens de cobertura e sonoras (02'48"), e um comentário esportivo com Eduardo Ventura (2'30"), ambos abordando exclusivamente o futebol local.

Na terça-feira, dia 27 de abril, o telejornal teve duração total de 20 minutos e 38 segundos, e foi dividido em três blocos, sendo que o primeiro durou oito minutos e 38 segundos, os dois últimos tiveram duração de seis minutos e 44 segundos e cinco minutos e 16 segundos. O primeiro bloco começou com uma reportagem sobre a negociação de um complexo termoelétrico (02'36"); que foi seguida do quadro Ronda Policial (01'30"); de nota seca sobre licitação de bancas no Mercado Público (40") e da previsão do tempo (01'30").

No bloco seguinte foram exibidas nota seca sobre vacinação de idosos contra a Covid (01'16"); nota coberta sobre a morte de empresário da região (49"); reportagem sobre o serviço Facilita Tubarão (01'24") e matéria sobre o Dia do Mico, momento em que alunos do Ensino Médio foram à escola caracterizados com vestimentas que remetem às profissões que querem seguir (01'45"). No bloco final houve a exibição do comentário esportivo (01'23") e de uma reportagem sobre o lançamento de um livro sobre o sistema ferroviário, finalizada com sobe som (2'38").

Na edição do dia 05 de maio, quarta-feira, o programa foi um pouco mais longo e chegou a 25 minutos e 55 segundos. Os dois primeiros blocos chegaram a nove minutos e 48 segundos e nove minutos e sete segundos. No primeiro foram exibidos reportagem sobre reserva de vagas de trabalho para mulheres vítimas de violência doméstica (01'21"); matéria sobre decretação de luto em Santa Catarina em decorrência do massacre em uma creche na cidade de Saudades (03'70"); quadro Ronda Policial (01'25") e previsão do tempo (01'26").

No segundo foi a vez de uma matéria sobre a reivindicação de moradores por melhorias nas ruas de um bairro de Tubarão (02'25"); nota seca sobre a fila por leitos para tratamento de Covid zerada no Hospital Nossa Senhora da Conceição (52") e quadro Dicas e Oportunidades, com orientações da representante do CIEE, Sílvia Figueiredo, gravadas em vídeo (3'27"). O bloco final durou sete minutos e foi totalmente direcionado à cobertura esportiva, com exibição do quadro (03'40") e do comentário (02'11") temáticos.

Já a edição exibida no dia 20 de maio, quinta-feira, teve duração total de 22 minutos e 20 segundos, e foi iniciada com matéria sobre a entrega de novas viaturas

para a Polícia Militar de Tubarão (01'28"), seguida do Ronda Policial (01'10") e da previsão do tempo (01'16"); resultando em um curto bloco de abertura com apenas seis minutos e oito segundos.

O segundo bloco durou 10 minutos e 21 segundos, e contou com os seguintes conteúdos: reportagem sobre cremação e sustentabilidade, iniciada com vinheta comemorativa com título "Tubarão: 151 anos de história" (02'03"); quadro Saúde em Dia com orientações sobre problemas de fala e audição feitas a partir de um vídeo gravado de maneira remota pela fonoaudióloga Alexandra Dick (05'25"); e matéria sobre um projeto de lei para compra de vacinas pelo setor privado (01'52"). Por fim, o último bloco durou cinco minutos e 41 segundos, e contou com quadro esportivo unido ao comentário esportivo (01'40") e matéria sobre a concessão de espaços no Mercado Público (02'45").

**Figura 6- Cenário do Câmera Aberta 1ª edição**



O final da semana composta do telejornal Câmera Aberta se dá na edição da sexta-feira, 04 de junho, com duração de 20 minutos. O primeiro bloco durou sete minutos e contou com a exibição de reportagem sobre a vacinação contra a Covid-19 (1'); nota coberta sobre mudanças nas celebrações do Corpus Christi por conta da pandemia (56"); quadro Ronda Policial (01'05"); nota coberta sobre pesca da tainha (44"); e previsão do tempo (01'34").

Já o segundo bloco durou 8 minutos e meio, e foi composto por matéria sobre a Semana do Meio Ambiente (01'20"); quadro Saúde em Dia sobre obesidade com a endocrinologista Letícia Boing (04'16"), o qual foi exibido em data diferente da

original, uma vez que ele é veiculado toda quinta-feira; e reportagem sobre funcionamento do comércio para o Dia dos Namorados (01'40"). Novamente o telejornal foi finalizado com informações sobre esporte, com quadro esportivo, que dessa vez tratou de futsal (01'20"), e comentário (01'36"). Somadas as cabeças, conteúdos gravados e vinhetas de passagem e de encerramento, o bloco teve duração total de quatro minutos e 32 segundos.

Passando para a etapa quantitativa, o primeiro indicador de qualidade avaliado no Câmera Aberta 1ª edição foi o da universalidade. O conteúdo do telejornal não é acessível à vasta parcela da população, já que a emissora exhibe sua programação apenas pela TV aberta e parou de compartilhar as edições do programa jornalístico analisado no canal da emissora no YouTube a partir do segundo semestre de 2021. Outro problema é que não há tradução para Libras e audiodescrição.

Quanto à diversidade nota-se que, assim como nos veículos comerciais, os pontos de vista representados pelo telejornalismo são os de grupos privilegiados no meio comunicacional, como representantes do poder público. Os cidadãos que fazem parte da comunidade aparecem no conteúdo em sonoras rápidas, para embasar o discurso já delimitado pelos especialistas nas reportagens, e até mesmo o recurso da personagem, que valoriza a participação da fonte, é pouco usado.

Outro ponto que merece destaque é de que forma a produção lida com os direitos humanos. Por meio da análise da semana composta, nota-se que não parece haver uma decisão editorial de tratar de temáticas relativas à valorização desses direitos; mesmo quando tratam delas, como no caso da distribuição de absorventes para estudantes em situação de vulnerabilidade, não é feito um aprofundamento sobre o assunto. Além disso, em todas as edições é exibido um quadro de cobertura policial, o Ronda Policial, que não problematiza a violência urbana e trata de assuntos controversos, como a guerra às drogas e o suicídio, sem o devido aprofundamento que se espera de uma emissora não comercial.

Esse apontamento pode estar relacionado à linha editorial do jornal, que segue o modelo de abordagem neutra, consolidado pelo jornalismo comercial, e se afasta de um posicionamento claramente demarcado e de conteúdo analítico. Mesmo assim, é preciso salientar que ele atende ao quesito da utilidade pública, pois trata de assuntos relevantes para o dia a dia da região, que nem sempre têm espaço na cobertura comercial. O que não foi possível confirmar, dada a insuficiência do *corpus* de análise, foi a independência do conteúdo exibido.

Durante a análise das cinco edições não foi possível atestar a preocupação clara com diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual, etc., já que nenhum conteúdo tratou de forma clara sobre qualquer um desses temas. É possível apontar apenas que o programa, assim como a grade de programação da emissora, privilegiou a cobertura de celebrações católicas, como as missas realizadas no Corpus Christi, mas não tratou de outras manifestações religiosas. Em relação à diversidade dentro da própria estrutura, há a prevalência de homens brancos dentre os profissionais que aparecem na tela e dentre as fontes das reportagens, mas há forte presença de mulheres nos quadros especiais de saúde, psicologia e mercado de trabalho.

Ao focar na análise do terceiro indicador, estilo cidadão, foi possível perceber que a linha editorial está voltada para a ágil cobertura factual sobre uma gama variada de temáticas, que carece de certa contextualização e análise; sendo que há mostras de aprofundamento das temáticas apenas nos quadros sobre saúde e mercado de trabalho. Por outro lado, a utilidade pública é norteadora do conteúdo, pois há a divulgação de assuntos essenciais para moradores das cidades onde o conteúdo é exibido e informações explicativas sobre assuntos que interessam à população.

Assim como nos conteúdos analisados anteriormente, o telejornal da emissora localizada na cidade de Tubarão não apresenta uma atitude inovadora, já que tanto a linguagem, quanto a estética da produção, são idênticas ao modelo comercial. Fora os quadros expositivos, todo o conteúdo é estruturado de maneira curta e fragmentada. Da mesma forma, também não foi possível identificar novos formatos nem recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações no telejornalismo, apesar de a emissora servir como espaço laboratorial e campo de estágio para estudantes de comunicação.

Por fim, é importante ressaltar que a presença desses estudantes é a principal forma de participação da comunidade externa à emissora, pois não foi possível atestar a presença de membros da comunidade no programa diário, nem por meio de interação e muito menos na produção do conteúdo. Não foi encontrado nem mesmo estímulo à participação ou divulgação de canais de interação.

Ao aliar os indicadores às categorias de análise propostas por Becker (2012) pode-se perceber que a cobertura realizada pelo Câmera Aberta se assemelha ao conteúdo das emissoras comerciais, tanto em questões estéticas quanto estruturais. Da mesma maneira, a forma como o conteúdo é editado e exibido não apresenta recursos inovadores que auxiliem o entendimento das informações tratadas e não há efetiva

participação da comunidade externa na produção. Por outro lado, a valorização da cobertura local é um ponto de afastamento e de complementaridade da produção.

**Tabela 10- Aplicação da análise televisual no Câmera Aberta**

Etapa Qualitativa		
Categories	Aplicação	Relação com Indicadores de Qualidade
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	A fragmentação do conteúdo não facilita a compreensão.
Dramatização	Estrutura narrativa.	A estrutura se iguala ao modelo comercial, pautado na agilidade das informações.
Definição e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Os temas tratados refletem em maior medida os interesses cotidianos da comunidade da região. No entanto, não há acessibilidade, nem evidências de que haja inclusão efetiva de cidadãos ou da comunidade universitária na produção.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

#### 6.1.4 Brasil em Questão- UnBTV

A UnBTV opera o Canal Universitário de Brasília desde 2006 e faz parte do Centro de Produção Cultural e Educativa, unidade captadora de recursos ligada à Reitoria da universidade, que produz vídeos e programas de TV, desenvolve e executa projetos e pesquisas na área do audiovisual. A emissora surgiu como uma televisão-escola para estudantes de graduação nas áreas de cinegrafia, edição e produção jornalística sob a supervisão das equipes das respectivas áreas, que atualmente somam 36 funcionários concursados.

Apesar de estar diretamente vinculada à reitoria, a emissora foi criada com uma concepção que vai além da divulgação institucional e pleiteia um espaço no debate da comunicação pública. Como afirma um profissional da emissora entrevistado, ela busca divulgar as ações de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidas pela universidade para a comunidade externa, mas também interpretar com profundidade e isonomia os temas que interferem na vida em sociedade, a partir de uma abordagem mediada por conceitos e casualidade histórica.

Nos últimos dois anos a televisão foi afetada pelas medidas de contenção do novo coronavírus, principalmente por ter assumido um papel central na publicização das atividades da UnB, por meio das transmissões virtuais. Por causa disso, a televisão tem

registrado aumento da audiência e da relevância perante à comunidade acadêmica. Já em relação à produção de conteúdo para programação da TV, as alterações causadas pelo distanciamento social resultaram em ampliação das fontes consultadas, a partir da gravação de entrevistas por meio de plataformas virtuais. Antes era necessário que os entrevistados estivessem em Brasília para que pudessem participar em estúdio e agora é possível conversar com pessoas em qualquer lugar do mundo.

Outra mudança realizada durante a crise sanitária foi a implantação de um conselho consultivo, formado por 48 integrantes, dentre eles professores e estudantes da universidade, membros da TV comunitária, funcionários do Instituto Federal de Brasília e cineastas. Esse órgão avalia o conteúdo produzido e propõe formatos e abordagens. A TV também pretende ampliar a participação do público, por meio da criação de uma escola de formação em audiovisual para capacitar diferentes atores da comunidade universitária.

Ao analisar a constituição e a programação da emissora é necessário apontar que o conteúdo só encontra-se disponível para a parcela da população que pode pagar pelo serviço de TV por assinatura ou por um pacote de internet suficiente para carregar vídeos, já que os programas só estão disponíveis em canais a cabo e no YouTube. Da mesma forma, os programas não são acessíveis para pessoas com deficiência visual ou auditiva, pois não possuem audiodescrição ou interpretação para Libras. Além da universalização do conteúdo, outro desafio a ser enfrentado pela televisão instalada na capital do país se relaciona com sua independência financeira, já que ela tem como principal forma de financiamento de sua produção a destinação direta de recursos da Universidade de Brasília.

Por outro lado, a UnBTV parece estar atenta aos debates que emergem na sociedade brasileira, uma vez que trata de temas relevantes de forma aprofundada e da realidade de diferentes grupos sociais por meio de programas de entrevistas, debates e documentários. Além disso, a emissora conta com conteúdos voltados para a popularização da ciência, como o Explique sua Tese, no qual pesquisadores divulgam seus trabalhos acadêmicos. Mas ela não tem investido em inovações na estética e no formato de seus programas, que se baseiam quase que exclusivamente no formato *talking heads*, ou seja, programas em que a fala dos participantes tem papel central e não há recursos imagéticos ou artísticos, como é o caso do Brasil em Questão.

Este programa surgiu em 2021 a partir de uma proposta do diretor da UnBTV, Rafael Villas Bôas, aceita tanto pela reitoria quanto pela equipe na emissora, a qual se

envolveu em sua totalidade com sua produção. Ele é um programa produzido em formato seriado, cuja primeira temporada foi exibida quinzenalmente, nas terças-feiras, às 22 horas, com janela de exibição de cerca de 30 minutos, divididos em dois blocos. A produção tem como principal intuito colocar em debate temas relevantes para a sociedade brasileira e problemas históricos e estruturais, além de analisar como eles estão ligados à fragilização da democracia vivida na última década, fazendo assim um painel sobre o nosso tempo. A cada episódio o programa recebe dois convidados, ligados ao debate acadêmico, sendo que pelo menos um deles é membro da UnB.

**Figura 7- Abertura do Brasil em Questão**



O objetivo do programa já fica bastante claro na abertura, que conta com a inserção e sobreposição de diferentes imagens representativas de momentos históricos do Brasil, como a ditadura militar, as manifestações populares ocorridas a partir de 2013, o trabalho do padre Júlio Lancelotti e diferentes desastres sociais e ambientais. Ao longo da abertura são inseridos diferentes áudios de personagens de destaque na política nacional, sendo alguns deles: Ulisses Guimarães, Eduardo Cunha, Jair Bolsonaro, Eduardo Salles e Dilma Rousseff. Ao final, essas imagens dão lugar a um fundo preto, no qual surge o nome do programa com a palavra “Brasil” escrita toda em maiúscula e na cor amarela e o complemento “em Questão” escrito em branco, mesma cor das linhas que passam pela tela, da direita para a esquerda.

Por ter sido produzido durante o período mais restritivo das medidas de contenção da pandemia de Covid-19, o programa de debates foi gravado de maneira remota e por isso, os apresentadores e os entrevistados aparecem em diferentes cenários,

cada um ocupando um quadrado na tela. O programa não tem um apresentador fixo e há mudanças sutis na condução de cada um dos profissionais que fazem a mediação das conversas. Há uma variação do tamanho de exibição das telas, determinada pelo momento em que os diferentes participantes estão com a palavra; quando os entrevistados falam suas janelas ficam em tamanho maior e na parte direita da imagem ou ocupam toda a tela. Atrás desses quadrados há uma máscara com as mesmas tonalidades da abertura e no topo da tela o nome do programa fica visível durante todo o tempo, assim como a marca d'água da emissora, inserida no canto inferior direito.

Para a presente análise foram escolhidas quatro edições da série especial exibidas em diferentes meses de 2021: 23 de julho (Geopolítica e Soberania Nacional); 06 de agosto (Meio Ambiente); 29 de outubro (Justiça e Democracia) e 12 de novembro (Militares e Crise Política). A cada edição, o programa é comandado por um apresentador diferente<sup>10</sup>.

O episódio exibido em 23 de julho teve duração de 32 minutos e 21 segundos, e debateu Geopolítica e Soberania Nacional, com Roberto Menezes, doutor em Ciência Política pela UnB, e com Tatiana Berringer, doutora em Ciência Política pela UFABC. O debate gravado foi conduzido pelo jornalista Bruno Lara, que formulou nove perguntas divididas ao longo de dois blocos, com duração de 13 minutos e 50 segundos e de 18 minutos e 51 segundos, respectivamente. Foram direcionados diferentes questionamentos a cada um dos entrevistados, que trataram do conceito de soberania nacional e sua relação com a geopolítica e com o capital financeiro e as atuais ameaças a ela. Houve uma tentativa de dividir o tempo de participação de forma igualitária entre as duas fontes, mas é perceptível que Roberto tem, ao todo, mais tempo de fala. Antes do encerramento do programa, o jornalista ofereceu um minuto para a fala final de cada um dos entrevistados.

Já o programa exibido no dia 06 de agosto foi apresentado pela jornalista Aline Romio e discutiu temáticas relacionadas ao Meio Ambiente, como o desmonte das políticas ambientais, mudanças na legislação e emergência climática. Os entrevistados foram Maureen Santos, ecologista, professora do curso de Relações Internacionais da PUC/RIO e coordenadora da ONG FASE- Solidariedade e Educação, e Carlos Augusto Klink, professor da UnB e ex-secretário executivo do Ministério do Meio Ambiente. A conversa foi dividida em dois blocos, com duração de 15 minutos e 09 segundos e 17

---

<sup>10</sup> <https://www.youtube.com/c/UnBTVPrazeremConhecerunbtv>

minutos e 39 segundos, respectivamente, o que resultou em produção total de 32 minutos e 48 segundos.

No dia 29 de outubro, o jornalista Bruno Lara novamente apresentou o Brasil em Questão, que dessa vez abordou o tema Justiça e Democracia, ao longo de 31 minutos e 44 segundos de conversa, e tratou sobre direitos humanos, democratização da justiça e racismo estrutural. Os entrevistados foram Talita Rampin, professora da UnB e integrante do Grupo de Pesquisa Direito Achado na Rua, e Diego Vedovato, da Rede Nacional de Advogados e Advogadas Populares. Cada um deles pode responder quatro perguntas diferentes, divididas ao longo dos dois blocos, que duraram 13 minutos e 25 segundos e 18 minutos e 19 segundos, respectivamente. Ao final, cada entrevistado teve tempo para fazer uma fala de encerramento.

O último programa analisado foi exibido em 12 de novembro e teve duração de 34 minutos e 31 segundos. O tema da vez era Militares e Crise Política, debatido com Alcides Vaz, professor de Relações Internacionais na UnB, e com Adriana Marques, professora de Relações Internacionais e Defesa na UFRJ. A conversa foi comandada pela jornalista Cleislayne Quintino, a qual direcionou oito perguntas diferentes para os entrevistados, que trataram do papel das Forças Armadas, das relações dela com a democracia e com o processo eleitoral. O debate foi dividido em dois blocos, que duraram 16 minutos e 38 segundos e 17 minutos e 53 segundos.

**Figura 8- Cenário virtual do Brasil em Questão**



Ao passar para a análise dos indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária brasileira e avaliar a universalidade foi perceptível que, por ser emissora que funciona como canal universitário a cabo e na internet e sem concessão de radiodifusão pública, a UnBTV ainda não consegue garantir acesso à parcela da população que não têm condições financeiras para pagar por pacotes de TV paga ou internet. Da mesma maneira, não consegue garantir acesso às pessoas com deficiência, pois não conta com tradução para Libras, nem audiodescrição.

Quanto ao quesito da diversidade, é necessário apontar que o conteúdo analítico apresenta posicionamento político demarcado e promove uma escolha de fontes que falam a partir de uma perspectiva mais próxima aos ideais da emissora, de defesa dos direitos fundamentais e da democracia. Como esses são valores essenciais, não há espaço para a defesa de posicionamentos contrários a eles. Apesar desse posicionamento e dessas escolhas não foi possível comprovar, apenas por meio da análise do conteúdo audiovisual, que a produção é independente e não sofre pressões de grupos que não fazem parte da cadeia de produção.

No entanto, durante o período analisado, não foi possível atestar ou refutar a representação da diversidade étnica, de orientação se, religiosa, etc., pois nenhum dos debates tratou diretamente de assuntos relacionados a essa diversidade, mas fez-se notar que há uma equidade de gênero entre as fontes entrevistadas. Da mesma forma, não foi constatada a escolha de profissionais que atendam a essa diversidade.

Já em relação aos requisitos do indicador estilo cidadão, o programa Brasil em Questão aborda conteúdos de forma aprofundada e contextualizada, com vistas a garantir a compreensão de temáticas sociais complexas, uma das premissas do direito à comunicação. Entretanto, dada a complexidade dos assuntos tratados e dos argumentos baseados no conhecimento científico, falta uma abordagem mais explicativa sobre os temas, que possa ampliar a possibilidade de entendimento para o público que não faz parte da comunidade universitária.

Quanto à inovação na produção, é possível apontar que, apesar da linguagem e da estética repetirem os padrões comerciais, ela esboça um afastamento ao permitir uma discussão aprofundada dos assuntos a partir do conhecimento produzido pela academia. Já a inclusão parece ser o ponto mais complexo a ser alcançado e isso fica claro por meio da falta de interação com o público, que não é convidado a participar da produção de nenhuma maneira. Apenas a comunidade universitária tem espaço na cadeia produtiva, por meio do estágio obrigatório de estudantes do curso de comunicação

social, e do conselho consultivo, o qual também conta com a participação de membros de outras instituições de ensino e produtores culturais.

Ao aliar as respostas aos questionamentos específicos para cada um dos indicadores às categorias da análise televisual, pode-se perceber que a cobertura realizada pelo programa Brasil em Questão se assemelha à estética das emissoras comerciais, mas se afasta delas ao realizar um debate aprofundado. Por outro lado, as análises teóricas dos assuntos abordados podem dificultar o entendimento para quem não tem formação universitária. A emissora tem se esforçado para incluir a comunidade na gestão do conteúdo, o que pode ser visto pela criação do conselho consultivo, mas ainda há pouco incentivo à participação efetiva na produção de conteúdos.

**Tabela 11- Aplicação da análise televisual no Brasil em Questão**

Etapa Qualitativa		
Categorias	Aplicação	Relação com Indicadores de Qualidade
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	O conteúdo não é fragmentado e permite que os entrevistados exponham seus pontos de vista de maneira mais ampla.
Dramatização	Estrutura narrativa.	A exposição de conceitos acadêmicos pode dificultar a compreensão da informação por pessoas que não fazem parte da academia. E não há recursos inovadores que possam auxiliar essa compreensão.
Definição de Identidades e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Os debates tratam de assuntos caros à democracia e a emissora se empenhou na criação de um conselho consultivo. Mas falta acessibilidade e participação mais efetiva dos cidadãos na produção.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

### 6.1.5 Em Pauta- TV Unesp

A TV Unesp é uma emissora educativa pertencente à Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, com sede em Bauru, e que integra o Centro de Rádio e Televisão Cultural e Educativo. Seu objetivo principal é ser um espaço democrático voltado à divulgação dos conteúdos e das ações desenvolvidas na academia e à demonstração do impacto social da universidade, que conta com unidades em 24 municípios paulistas.

A primeira transmissão ocorreu em 2011 por meio de uma estrutura digitalizada e já inserida em um ambiente de convergência midiática; por isso, ela é considerada a primeira emissora universitária 100% digital criada no Brasil. Conforme dados encontrados em páginas oficiais, a emissora é um espaço de pesquisas sobre TV digital, novas tecnologias, projetos educacionais e culturais. Desde 2019 a televisão é umas das afiliadas da TV Cultura e transmite três horas de programação própria, entre inéditos, reprises e vinhetas, nas cidades de Bauru, Itapeva, Botucatu e Marília.

A televisão está ligada diretamente à reitoria da Unesp e recebe dela um recurso para custeio da estrutura. Esse recurso é gerido pela Fundação da Unesp, responsável pela contratação de pessoal e manutenção da programação. Atualmente são 17 funcionários que se dedicam a dois departamentos diferentes, um voltado à produção de conteúdo e outro voltado para o jornalismo. Além disso, a emissora recebe estudantes dos cursos de comunicação social para estágio obrigatório desde 2018, os quais são incentivados a inovar na produção.

Dedicados exclusivamente ao jornalismo estão três jornalistas formados pela própria Unesp, que podem exercer as funções de produtor, repórter e editor; além de três funcionários técnicos, ou seja, cinegrafistas e editores. A equipe contou com mais membros durante o período em que produzia um telejornal diário nos moldes das produções comerciais. No entanto, o setor foi reformulado em 2016 e deu lugar a um tipo de jornalismo que a equipe nomeia como público e cidadão, já que dá visibilidade às ações que contribuam para a sociedade e promove a defesa da ciência e da educação, com liberdade de abordagem.

Mais uma mudança significativa foi sentida anos depois, durante a pandemia de Covid-19, que obrigou a produção a ser feita de forma remota, ao mesmo tempo que incentivou a inovação estética dos conteúdos e garantiu maior flexibilidade na rotina de trabalho e na participação de entrevistados. Além disso, ao realizar a transmissão on-line dos eventos promovidos pela Unesp nos meses de distanciamento social, a emissora ganhou mais visibilidade junto à comunidade acadêmica. Esse aumento na visibilidade gerou um crescimento exponencial no número de inscritos nas redes sociais, principalmente na plataforma virtual de compartilhamento de produções audiovisuais, local onde o conteúdo institucional é exibido.

Além do canal nessa plataforma, a TV Unesp exibe seu conteúdo em sinal aberto nas quatro cidades do interior paulista e em canais a cabo em Bauru e Botucatu. Isso permite que a programação chegue a grande parcela da população, até mesmo para

quem não mora nas cidades onde ela é transmitida. No entanto, não foi possível encontrar programas atuais com interpretação para Libras ou audiodescrição.

Já em relação à programação do canal há presença marcante de conteúdo institucional de divulgação das ações, projetos e pesquisas desenvolvidas na universidade estadual, como pode ser visto nos programas Diálogos e Unesp Notícias. Por outro lado, há produtos que dialogam sobre temas importantes para o dia a dia dos cidadãos e para o desenvolvimento social, como o programa Educando para a Diversidade, que aborda a inclusão, a cidadania e a cultura de paz.

Assim como as emissoras analisadas anteriormente, a TV Unesp não conta com total independência financeira, já que depende de apenas uma fonte de financiamento, que é a universidade. Isso pode acarretar em pressões políticas e editoriais sobre a programação veiculada. A televisão paulista também encontra dificuldades de estabelecer mecanismos diretos de participação do público e incluí-lo na dinâmica de produção, sendo que os espectadores participam apenas por meio de comentários em redes sociais e envio de sugestões pelos canais oficiais de interação.

Outro ponto que aproxima a emissora paulista das demais televisões universitárias analisadas é a dificuldade em diferenciar seu conteúdo das produções comerciais. Ao observar sua programação, é possível apontar que a diferenciação esperada de uma emissora não comercial se dá mais em relação aos assuntos abordados pela televisão do que por conta de inovações estéticas e de formato, uma vez que a maioria dos programas encontrados no YouTube são programas de entrevistas e debates, formatos consolidados pela TV comercial.

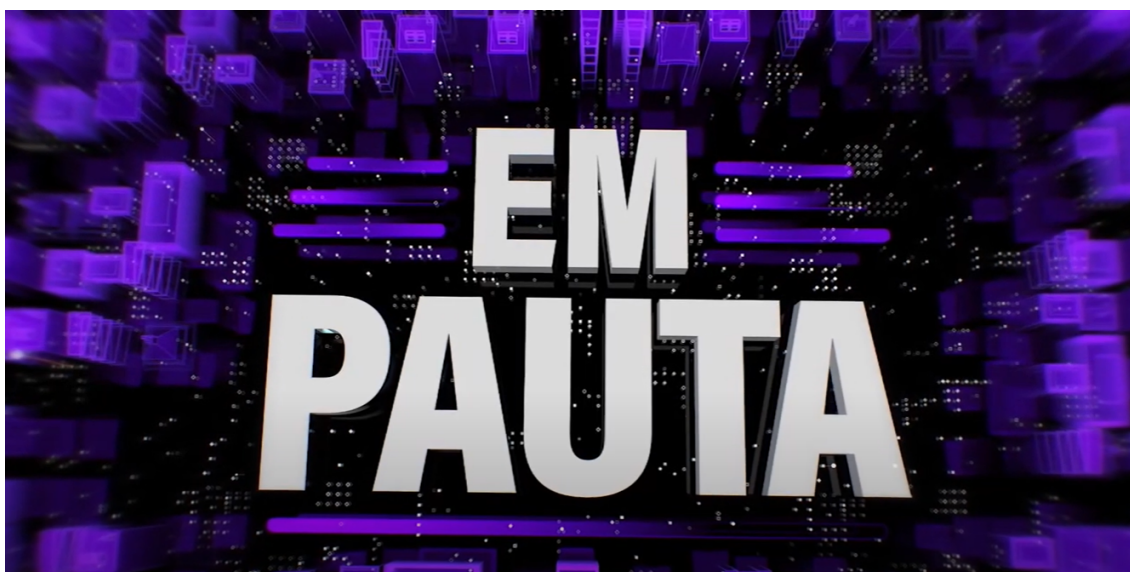
Um dos programas dedicados a entrevistas é o quinzenal Em Pauta, exibido em janela de uma hora e meia de duração e resultado de uma parceria com a TV Câmara de Batucatu e a TV e Rádio Câmara de Bauru. Durante a temporada de estreia, veiculada em 2021, ele debateu temas que fazem parte do cotidiano do país e das cidades que recebem o sinal da emissora, dando preferência a pelo menos uma fonte da Unesp.

A produção do conteúdo se dá por meio de rodízio entre os jornalistas das três instituições. Cada edição tem dois apresentadores, um de cada veículo, e conta com a inserção de vídeos com perguntas formuladas por outros profissionais, integrantes das demais emissoras parceiras. Para subsidiar o debate, são exibidas participações de sujeitos envolvidos com os assuntos tratados nos episódios. A edição do programa também é realizada por diferentes editores das três emissoras parceiras.

A ideia de debater temas que emergem em meio a vida urbana parece nortear a abertura do programa, composta por imagens de estruturas virtuais roxas, que remetem ao formato de prédios e surgem a partir de um fundo preto, que lembra uma paisagem noturna. Essas estruturas são vistas a partir de diferentes ângulos, até que a imagem mostra uma vista do alto, como se exibisse o topo das estruturas que simulam prédios, e então surge o nome do programa em letras brancas e em caixa alta.

A imagem das estruturas em roxo sobre fundo preto compõem a máscara usada como cenário virtual do programa, em cima da qual são inseridas as diferentes janelas dos apresentadores e entrevistados, que falam a partir de diversos cenários. As janelas aparecem juntas na tela ou se revezam em tela cheia, dependendo de quem está com a palavra. A marca d'água da TV Unesp fica no vídeo durante todo o programa, no canto superior direito ou no canto superior esquerdo.

**Figura 9- Abertura do Em Pauta**



A semana composta foi formada pelos programas exibidos nas seguintes datas de 2021: 27 de agosto (Avanço da vacinação de Covid-19); 24 de setembro (Conflitos de gerações e características da geração Z); 22 de outubro (Leitura, literatura e formação de novos leitores) e 20 de novembro (Entretenimento e cultura em tempos de pandemia). Os programas foram gravados nos dias anteriores à exibição; a data de gravação é explicitada na tarja inicial do programa<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> <https://www.youtube.com/c/tvunesp>

O episódio exibido no dia 27 de agosto foi apresentado por André Godinho, da TV e Rádio Câmara de Bauru, e Leire Bevilaqua, da TV Unesp, e abordou do Avanço da vacinação de Covid-19, por meio de questionamentos que trataram da eficácia do imunizante, da importância do ciclo vacinal, das novas variantes e das políticas públicas de combate à pandemia. Os entrevistados do dia foram Rejane Groto, professora da Unesp de Botucatu, e Antônio Luiz Caldas Júnior, sanitarista; os quais responderam 10 questionamentos formulados pelos dois apresentadores e pela jornalista Adriana Ribeiro, da TV Câmara de Botucatu, que fez duas perguntas por meio de participação gravada. Além disso, foram inseridas duas participações de fontes qualificadas para tratar do tema, o secretário municipal de saúde de Botucatu, André Spadaro, e o secretário municipal de saúde de Bauru, Orlando Costa Dias. O programa teve produção total de 47 minutos e 11 segundos, divididos em um bloco de 20 minutos e 27 segundos e outro de 26 minutos e 44 segundos.

A segunda edição foi ao ar em 24 de setembro e levou para o debate o tema de comportamento Conflitos de gerações e características da geração Z, que teve produção total de uma hora, dividida em blocos de 33 minutos e 16 segundos e 26 minutos e 44 segundos. Os apresentadores do dia foram Júlio Penariol, da TV Unesp, e Carolina Vieira, da TV Câmara de Botucatu; já o jornalista Nelson Gonçalves, da TV e Rádio Câmara de Bauru, participou com o envio de um questionamento gravado. O debate com Luli Radfaher, professor da ECA/USP, e Stéfano Garzezi, sociólogo, ocorreu de maneira mais informal que as demais conversas, sendo que eles interferiram de maneira direta na fala um do outro. Eles abordaram temas como as diferenças entre as gerações, as influências disso na sociedade e a relação das novas gerações com a tecnologia. Outras duas fontes também deram suas opiniões sobre o tema, os pesquisadores Juliano Souza, da USP, e Max Vicente, da Unesp.

Leitura, literatura e formação de novos leitores foi discutida no dia 22 de outubro, em um programa com mais de uma hora de duração. Os entrevistados foram Bahige Fadel, professor de Literatura, e Renata Junqueira, do Centro de Estudos em Leitura e Literatura Infantil e Juvenil da Unesp de Presidente Prudente, os quais debateram sobre incentivo à leitura, vendas de livros e livros digitais. Os apresentadores foram André Godinho, da TV e Rádio Câmara Bauru, e Carolina Vieira, da TV Câmara de Botucatu, e o jornalista que participou por meio de pergunta gravada foi Júlio Penariol, da TV Unesp, o qual fez dois questionamentos. Além disso, houve a inserção de um vídeo com um depoimento da bibliotecária Lis Helena Ravanini. Os

entrevistados tiveram grande liberdade para desenvolver seus raciocínios, sendo que em uma de suas respostas o professor Bahige falou por oito minutos seguidos. Ao final, os dois puderam fazer indicações de leitura. Os dois blocos duraram 27 minutos e 33 minutos e 02 segundos, respectivamente.

O último programa Em Pauta analisado foi ao ar no dia 20 de novembro e teve como tema Entretenimento e cultura em tempos de pandemia e abordou temáticas como mudanças trazidas pela pandemia na produção e na fruição cultural, políticas de fomento e domínio do *streaming* no setor audiovisual. Durante 58 minutos e 27 minutos, Marcelo Bulhões, professor de Literatura, e Osni Ribeiro, músico e produtor, discutiram o assunto e responderam aos questionamentos feitos por Lidiane Oliveira, da TV e Rádio Câmara de Bauru, e Adriana Ribeiro, da TV Câmara de Botucatu. Além disso, a jornalista da TV Unesp, Leire Bevilaqua, fez uma pergunta aos entrevistados por meio de participação em vídeo. Também houve a inserção de um vídeo com um depoimento de Fernando Vasques, da companhia Beira Serra Circo e Teatro.

O programa contou com dois blocos com duração de 30 minutos e 51 segundos e 27 minutos e 36 segundos. Nessa edição ficou visível que o material passou por edição, pois foi possível identificar alguns cortes nas respostas, provavelmente para evitar que o programa excedesse o tempo de janela.

**Figura 10- Cenário virtual do Em Pauta**



Ao passar para a etapa qualitativa e avaliar os indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, o primeiro quesito analisado no Em Pauta foi o da universalidade. Quanto à ele, é preciso indicar que o conteúdo é acessível para

extensa parcela da população potencial por meio da TV aberta e da disponibilização do conteúdo na íntegra no canal do YouTube, mas é inacessível às pessoas cegas e surdas.

Quanto à diversidade, é importante apontar que os pontos de vista oriundos da universidade e do poder público são privilegiados nos debates, tanto como fontes para o debate quanto nas participações gravadas. A escolha destes pontos de vista, entretanto, deixa claro o posicionamento editorial da emissora, de defesa dos direitos fundamentais e da democracia.

Por outro lado, não foi possível atestar ou refutar a representação da diversidade étnica, de orientação se, religiosa, etc., pois nenhum dos debates tratou diretamente de assuntos relacionados a essa diversidade e não foi constatada a escolha de profissionais que atendam a essa diversidade. Mas fez-se notar que há uma equidade de gênero entre os apresentadores do programa e as fontes entrevistadas. Também não foi possível constatar se o conteúdo é independente de pressões externas à emissora.

Já em relação ao estilo cidadão, a abordagem de uma ampla gama de temas relevantes para a vida em sociedade e que ampliam o entendimento sobre diferentes assuntos, por meio de debate analítico e aprofundado, demonstra preocupação com os direitos fundamentais e a democracia.. No entanto, o discurso acadêmico de grande parte dos entrevistados pode se tornar inacessível ao público que não faz parte desta comunidade, caso não haja a devida contextualização do assunto tratado.

A linguagem e a estética repetem os padrões do telejornalismo brasileiro, mas o programa acaba por se afastar deles ao permitir uma discussão aprofundada dos assuntos a partir do conhecimento produzido pela academia e ao garantir mais tempo para que os entrevistados desenvolvam seus pontos de vista. No entanto, não parece haver espaço para novos formatos ou recursos inovadores no programa, mesmo que a emissora tenha surgido como uma televisão-escola para estudantes de graduação nas áreas de cinegrafia, edição e produção jornalística.

Não foi possível identificar a participação de pessoas da comunidade externa, seja por meio da interação ou da produção de conteúdos. Não foi encontrado nenhum estímulo à participação, nem sequer divulgação de canais de interação, assim como não foi possível encontrar nenhum mecanismo de participação na gestão do conteúdo.

Depois de responder aos questionamentos específicos para cada um dos indicadores, é necessário aliar os apontamentos às categorias da análise televisual. A partir disso, pode-se perceber que a cobertura realizada pelo programa Em Pauta se assemelha à estética das emissoras comerciais, mas se afasta delas ao realizar um debate

aprofundado de temas de relevância para a sociedade. No entanto, os debates podem ser de difícil entendimento para quem não conhece os conceitos tratados e não há participação efetiva da comunidade externa na produção e na gestão do conteúdo.

**Tabela 12- Aplicação da análise televisual no Em Pauta**

Etapa Qualitativa		
Categorias	Aplicação	Relação com Indicadores de Qualidade
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	O conteúdo não é fragmentado e permite que os entrevistados exponham seus pontos de vista de maneira mais ampla.
Dramatização	Estrutura narrativa.	A exposição de conceitos acadêmicos sem uma explicação para pessoas de fora dessa comunidade pode dificultar a compreensão da informação. A estrutura do programa não aponta para inovações estéticas.
Definição e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Os temas debatidos se voltam à cidadania e à diversidade, mas falta acessibilidade para pessoas surdas e cegas. Também falta participação mais efetiva dos cidadãos na produção.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

### 6.1.6 Opinião Pernambuco- TVU Recife

Assim como apresentado no primeiro capítulo dessa pesquisa, a TV Universitária de Recife foi a primeira concessão educativa do Brasil, criada em 1968. Atualmente pertence ao Núcleo de Rádio e TV Universitárias da Universidade Federal de Pernambuco e opera na região metropolitana da capital do estado em sinal aberto e pelo YouTube. A emissora é afiliada à TV Brasil desde 2009.

A equipe da TVU Recife compreende a televisão como uma das integrantes do campo da comunicação pública e por isso, os programas produzidos não privilegiam o conteúdo institucional. Eles são direcionados ao público externo e focados no debate aprofundado de assuntos atuais, de relevância local, nacional e internacional; e na promoção da cultura regional, principalmente da música.

Esse foco na comunidade externa é central em um dos programas mais antigos da emissora, o Opinião Pernambuco, que passou a ser realizado de maneira totalmente remota por causa da pandemia de Covid-19, com apresentador e entrevistados em locais

diferentes. Com a redução das restrições impostas para conter o espalhamento do vírus, o apresentador passou a gravar em estúdio, mas ainda por meio de plataforma de reuniões virtuais. Apesar de gerar o distanciamento dos participantes, a nova forma de gravar o programa possibilitou a expansão geográfica de participação das fontes, que agora podem estar em qualquer lugar do mundo.

Durante esse momento de crise sanitária, a televisão se dedicou a instalação de um conselho curador e criação de seu Regimento, por meio de reuniões do Grupo de Trabalho e Audiência Pública. Esse conselho tem natureza consultiva e deliberativa e é composto por 30 membros, dentre representantes dos três campi da UFPE (Recife, Vitória e Caruaru) e do NTVRU; estudantes e docentes; e representantes da sociedade civil escolhidos por meio de processo eleitoral público.

A participação da comunidade acadêmica na emissora universitária também é incentivada na rotina de produção, por meio do trabalho realizado pelos bolsistas. No entanto, há pouca interação com a comunidade externa à universidade no conteúdo audiovisual, que parece se dar exclusivamente por meio de comentários e sugestões nas redes sociais.

Ao analisar a programação da emissora nota-se que, por estar em sinal aberto, alcança grande parcela da população, mesmo aquela que não tem condições de pagar por pacote de TV a cabo; e pela internet atinge outro público, dentro e fora do estado. Entretanto, os conteúdos não contam com interpretação para Libras ou audiodescrição.

Os desafios para a manutenção da independência financeira também se repetem na emissora pernambucana, financiada com recursos da UFPE e sem qualquer conteúdo produzido por meio de financiamento externo. Assim como se repete a aproximação estética e de formato dos conteúdos produzidos por ela do modelo comercial, sendo que sua especificidade se caracteriza pela complexidade e aprofundamento dos temas debatidos em sua programação.

Um dos produtos dedicados a esse aprofundamento é o programa de entrevistas e debates Opinião Pernambuco, exibido ao vivo de segunda a sexta-feira às 19 horas e 30 minutos, simultaneamente na TV aberta e no canal da emissora no YouTube. Posteriormente o programa é transmitido também na Rádio Universitária FM e na Rádio Paulo Freire AM. Ele está inserido em uma janela de meia hora e conta com dois blocos. A principal apresentadora é a jornalista Stella Maris Saldanha.

Segundo membro da equipe entrevistado para a pesquisa, existe um posicionamento político na linha editorial da produção e, conseqüentemente, nas

escolhas das pautas a serem abordadas. Isso quer dizer que o conteúdo se dedica a encampar a defesa dos direitos fundamentais e a debater os problemas sociais, por meio da interpretação de cientistas e pesquisadores.

**Figura 11- Abertura do Opinião Pernambuco**



A equipe responsável pelo programa é enxuta e conta com cerca de cinco funcionários concursados. Os temas a serem discutidos em cada edição são definidos em uma reunião de pauta com a presença de toda a equipe, com antecedência de cerca de três semanas. A equipe conta com o auxílio de membros de diferentes entidades parceiras para a indicação de fontes e abordagens. Os assuntos podem ser alterados em decorrência da emergência da realização de outras discussões.

A ideia de ser um espaço para o debate de opiniões fica clara na abertura, composta por um fundo branco onde se encontram figuras pretas, cinzas e amarelas, que imitam a anatomia humana. Elas são mostradas em diferentes ângulos e vão surgindo palavras acima da cabeça de algumas figuras, como se estivesse sendo ditas por esse sujeito. Isso se repete quatro vezes e as palavras escritas em letras minúsculas pretas formam o que parece ser a frase: “debates, discussões, polêmicas na televisão”. Por fim, surge o nome do programa; a palavra “Opinião” em letras maiúsculas pretas dentro de um balão de diálogo amarelo e a palavra “Pernambuco” em amarelo abaixo do balão.

As mesmas figuras que remetem a seres humanos estão presentes no cenário físico na frente do qual a jornalista Stella Maris faz a apresentação e também na máscara usada no cenário virtual. Sobre essa máscara são inseridas as janelas da

apresentadora e dos entrevistados e ao longo do programa são intercaladas imagens da tela dividida em três ou da tela cheia com a janela de um dos participantes.

Para a presente análise foram escolhidas quatro edições do programa diário exibidas no mês de novembro de 2021: dia 04 (Brasil, um país doente); dia 11 (Aumento dos casos de Covid-19 na Europa); dia 16 (Bibliotecas comunitárias); e dia 24 de novembro (Transporte ferroviário brasileiro)<sup>12</sup>. Os programas foram gravados no mesmo dia de exibição ou nos dias anteriores; a data de gravação é explicitada na tarja inicial do programa, que apresenta também o tema da conversa. Para embasar a entrevista ou o debate que vem a seguir, o programa conta com uma rápida explicação do tema lida pela apresentadora.

O primeiro programa analisado foi ao ar no dia 04 de novembro e teve como tema central Brasil, um país doente. Durante 27 minutos e 33 segundos, Érico Andrade, professor do Departamento de Filosofia da UFPE, respondeu a questionamentos sobre preconceito, discurso de ódio e adoecimento dos cidadãos, a partir de conceitos filosóficos e analíticos, dando origem a um conteúdo denso e mais acessível àqueles que já têm conhecimento prévio do tema. A conversa foi dividida em dois blocos com duração de 14 minutos e 22 segundos e 13 minutos e 11 segundos, respectivamente.

A pandemia foi o objeto central do episódio exibido no dia 11 de novembro, que trouxe ao debate o Aumento de casos de Covid-19 na Europa, explicado e analisado pelo doutor em Saúde Pública e pesquisador da Fiocruz Pernambuco, Rafael Moreira. O especialista falou sobre a desigualdade vacinal pelo mundo, novas ondas de contaminação e medidas de combate à pandemia. O programa teve duração total de 26 minutos e 24 segundos, divididos em um bloco inicial com 18 minutos e 41 segundos e um bloco final com 17 minutos e 43 segundos.

O tema Bibliotecas comunitárias foi abordado no Opinião Pernambuco do dia 16 de novembro, realizado em formato de debate e mediado pela jornalista Ariana Pacheco, da Rádio Paulo Freire. Os entrevistados foram Cida Fernandes, coordenadora do programa Direito à Leitura do Centro de Cultura Luiz Freire, e Sthefano Farias, mediador de leitura na Biblioteca Comunitária Caboclo Girassol e articulador da Releitura- Bibliotecas Comunitárias em Rede. Foram 28 minutos de produção, dividida em blocos com duração de 13 minutos e 14 segundos e 14 minutos e 47 segundos. A conversa foi marcada por diferentes perguntas para cada um dos entrevistados, com vistas a mostrar os diferentes lugares de fala, e esses questionamentos trataram

---

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/c/tvurecife>

principalmente do acesso à leitura, formação de leitores e importância da leitura. Ao final, a professora Cida leu um poema de Solano Trindade.

O último programa analisado foi ao ar no dia 24 de novembro e teve duração total de 26 minutos e 27 segundos, divididos em bloco inicial com 13 minutos e 40 segundos e 12 minutos e 47 segundos. Novamente apresentado pela jornalista Ariana Pacheco, o programa debateu mais um tema que dificilmente é abordado pelo telejornalismo comercial, o Transporte ferroviário brasileiro. Os debatedores deste episódio foram Maurício Pina, membro titular das Academias Nacional e Pernambucana de Engenharia, e Ricardo Chaves, professor da UFPE, os quais falaram sobre a defasagem do sistema ferroviário e dos reflexos disso na economia brasileira. Nesse programa há uma desigualdade no tempo de fala dado a cada um dos participantes e o engenheiro Maurício acaba expressando seu posicionamento em um tempo expressivamente maior do que o do outro debatedor.

**Figura 12- Cenário virtual do Opinião Pernambuco**



Depois de descrever o objeto, foram analisados os indicadores de qualidade, sendo que a avaliar o primeiro deles, a universalidade do conteúdo, foi possível aferir que o programa Opinião Pernambuco é acessível a extensa parcela da população pernambucana e até mesmo a espectadores que estão fora da cidade onde a emissora está sediada, pois é exibido na TV aberta e em plataforma digital de exibição de conteúdo audiovisual. No entanto, falta acessibilidade para pessoas surdas e cegas.

Quanto à diversidade, a produção privilegia a participação de fontes do meio acadêmico e cidadãos ligados a movimentos sociais, que falam a partir de uma perspectiva mais próxima aos ideais da emissora, de defesa dos direitos fundamentais e da democracia. Por outro lado, não foi possível atestar ou refutar a representação da diversidade da sociedade, apenas por meio das edições analisadas, pois nenhum dos temas debatidos tratou diretamente de assuntos ligados à representação dessa diversidade, ficando clara apenas a presença da população negra e de baixa renda dentre as fontes entrevistadas. Da mesma maneira, não foi possível comprovar a independência do conteúdo frente à pressões externas, dada a limitação do escopo de análise.

Ao abordar o estilo cidadão, nota-se que nos conteúdos debatidos a preocupação da emissora com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão, principalmente pela busca por incluir diferentes atores sociais na discussão e pela participação de membros da comunidade na definição dos temas a serem debatidos. O programa demonstra abordagem analítica, contextualizada e politicamente posicionada, mas que, ao tratar de conceitos teóricos, pode se tornar de difícil compreensão para o público que não faz parte da comunidade acadêmica, caso não haja um esforço de explicar os conceitos teóricos apresentados pelos entrevistados.

Quanto à atitude inovadora, percebeu-se que a garantia de espaço qualificado de debate é a única diferenciação clara em relação ao telejornalismo comercial, já que tanto a linguagem quanto a estética do programa repetem os padrões comerciais e não é possível identificar novos formatos ou recursos inovadores que auxiliem a compreensão do conteúdo debatido. Não foi possível encontrar mostras de inovações estéticas ou no formato do programa, apesar da equipe de produção contar com estudantes bolsistas e estar aberta às opiniões dos membros da sociedade civil organizada para a escolha dos temas a serem debatidos.

Por fim, ao tratar da inclusão também não foram identificados mecanismos de interação com a comunidade externa, nem estímulo à participação durante a exibição do programa. Por outro, há a presença de estudantes de comunicação como bolsistas e participação de cidadãos da comunidade externa à universidade, os quais podem opinar sobre os temas a serem debatidos no Opinião Pernambuco e podem integrar a gestão da produção por meio do conselho editorial da emissora.

Depois de responder aos questionamentos específicos para cada um dos indicadores, é necessário aliar os apontamentos às categorias da análise televisual. A partir disso, pode-se perceber que a cobertura realizada pelo programa Opinião

Pernambuco é ideologicamente posicionada e se abre a participação de membros da comunidade externa à universidade. Em relação à estética, o programa se assemelha às emissoras comerciais, mas em relação ao conteúdo e à fragmentação se afasta delas ao realizar um debate aprofundado. Também há um estímulo à participação de membros da comunidade na gestão do conteúdo por meio do conselho editorial, mas falta acessibilidade.

**Tabela 13- Aplicação da análise televisual no Opinião Pernambuco**

<b>Etapa Qualitativa</b>		
<b>Categorias</b>	<b>Aplicação</b>	<b>Relação com Indicadores de Qualidade</b>
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	O conteúdo não é fragmentado e permite que os entrevistados exponham seus pontos de vista de maneira mais ampla.
Dramatização	Estrutura narrativa.	As discussões são aprofundadas e ideologicamente aprofundadas. A exposição de conceitos acadêmicos sem uma explicação para pessoas de fora dessa comunidade pode dificultar a compreensão da informação. A estrutura do programa não aponta para inovações estéticas.
Definição de Identidades e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Os temas debatidos se voltam à cidadania e à diversidade, mas falta inclusão para pessoas surdas e cegas. Há uma integração maior com membros da sociedade civil, que podem participar da gestão por meio do conselho editorial.

Fonte: Elaborada pela autora com base em BECKER, 2012.

## **6.2 Cenário Geral do Telejornalismo Universitário**

O objetivo central da pesquisa foi traçar um panorama da produção jornalística da televisão universitária a partir de sua aproximação ou afastamento daquilo que se espera da TV pública, e por isso foi necessário estabelecer comparações entre os diferentes objetos analisados, destacando suas semelhanças e diferenças. Para isso, foram usados os conceitos de fragmentação, dramatização e definição de identidades e valores e suas relações com os indicadores propostos para a produção telejornalística das emissoras ligadas a IES.

Ao avaliar o quesito de fragmentação e duração das unidades informativas, é necessário apontar que os telejornais diários se baseiam em unidades informativas mais

curtas, como cabeças, notas e matérias, que transmitem as informações de maneira rápida e dinâmica e, assim como ocorre no modelo comercial, sem oferecer contextualização suficiente dos assuntos tratados. Isso é perceptível, por exemplo, na cobertura da Covid-19 feita pelos telejornais UESB Notícias e Câmera Aberta, já que não há nenhum recorte social, econômico ou racial na abordagem ou contextualizações sobre ações governamentais desenvolvidas para o enfrentamento à pandemia.

Uma diferença encontrada nos telejornais pesquisados é a escolha de unidades informativas com maior tempo de duração e, conseqüentemente, mais aprofundamento e contextualização. Isso ocorre no Jornal da UFU e no UESB Notícias 1ª edição quando optam por entrevistas de estúdio ou gravadas em externa. No primeiro produto, a conversa com um convidado em estúdio é realizada diariamente e tem papel central na edição, ocupando cerca de um terço do tempo total; já no programa da emissora baiana a entrevista também é um recurso utilizado diariamente, seja em estúdio ou gravada em externa, mas ocupa apenas um bloco do programa.

Por outro lado, os programas de entrevistas e debates analisados apresentam duração de trinta minutos a uma hora e buscam oferecer mais tempo para que o espectador reflita sobre o assunto tratado. Também buscam oferecer informações analíticas e aprofundadas sobre problemas complexos que emergem da sociedade, que nem sempre são retratadas pelos veículos comerciais. Entretanto, essas análises feitas a partir de conceitos acadêmicos podem ser de difícil compreensão para quem não teve acesso à academia se não houver a preocupação de contextualizar esses conceitos e, por consequência, acabam por afastar um público em potencial.

A estrutura narrativa de telejornais e programas de entrevistas e debates se baseia nos modelos informativos já consagrados e facilmente compreendidos pelos espectadores. Os telejornais são produzidos com o formato padrão: um âncora que conduz toda a narrativa noticiosa, composta por vídeos e matérias intercaladas por cabeças e notas lidas em estúdio. Os programas baseados na palavra também não apresentam diferenças substanciais em relação ao que as emissoras comerciais exibem em suas programações e contam com a apresentação de um ou dois jornalistas, que vão mediar a conversa e passar a palavra para os entrevistados.

Se, por um lado, isso facilita a apreensão do conteúdo tratado pelo público a partir da compreensão imediata do tipo de produção a que está assistindo e da linguagem objetiva e direta do telejornalismo tradicional; por outro, acaba limitando o espaço disponível para a experimentação de novos formatos. A opção pelos modelos

consolidados e a falta de inovações estéticas e de formato pode estar relacionada aos limitados recursos financeiros disponíveis, reduzido número de trabalhadores e estrutura modesta; características comuns às diferentes televisões universitárias brasileiras.

Quando se avalia a compreensão do conteúdo por pessoas com deficiência ou necessidades específicas, um fator determinante para a universalização dos produtos audiovisuais, a realidade é preocupante. As produções jornalísticas realizadas pelas emissoras educativas ainda não garantem recursos de acessibilidade, como interpretação e tradução para Libras ou audiodescrição; com exceção do Jornal da UFU, que conta com intérpretes para a Língua Brasileira de Sinais em todas as edições.

Já ao avaliar as marcas enunciativas da narrativa audiovisual e os valores atribuídos aos fatos noticiados, é possível encontrar outro desafio que ainda deve ser enfrentado pelas televisões universitárias, a participação popular, um dos pilares da comunicação pública. As emissoras demonstram maior integração com a comunidade acadêmica, já que servem de espaço de aprendizado para estudantes das universidades e privilegiam a participação de professores e pesquisadores dessas instituições como fontes para as entrevistas e como integrantes dos espaços deliberativos e decisivos, como os conselhos consultivos ou editorias, quando existem.

Entretanto, ao avaliar apenas o conteúdo audiovisual não foi possível comprovar a efetiva integração dos espectadores que não fazem parte dessa comunidade na cadeia produtiva e nos processos de tomada de decisão, mesmo nas emissoras que contam com instâncias de participação de membros externos ou estão em processo de instalação dessas estruturas consultivas. O programa que parece se aproximar mais dessa relação com os cidadãos é o Opinião Pernambuco, cujos temas e entrevistados são debatidos com membros da comunidade.

A identificação dos temas e valores mais caros aos programas jornalísticos analisados aponta para uma das características que mais delimitam a especificidade e complementaridade das televisões universitárias brasileiras: a escolha de temáticas desvalorizadas ou esquecidas pelas emissoras comerciais. Dessa maneira, as linhas editoriais dos veículos estão mais voltadas ao respeito à diversidade e à consolidação da democracia e da cidadania, em contraposição às televisões privadas, que colocam a audiência e o lucro à frente desses requisitos.

Isso ocorre de duas formas diferentes. Nos telejornais diários, a cobertura factual dos acontecimentos das cidades do interior são importantes para suprir a carência de informações nesses locais, que nem sempre contam com retransmissoras ou mesmo

equipes de jornalismo que façam a cobertura local. Já em relação aos debates e entrevistas, as emissoras universitárias optam por realizar a discussão de temáticas, de forma aprofundada e crítica, que podem auxiliar os espectadores a compreenderem a realidade que os cerca e a fazerem escolhas mais conscientes.

Essa análise comparativa dá subsídios para responder à questão central da pesquisa. O telejornalismo das televisões universitárias se constitui de maneira diversa e não é possível estabelecer um modelo único. A escolha pelo tipo de produção noticiosa, duração e periodicidade reflete a constituição de cada emissora, o tamanho da sua estrutura e os recursos disponíveis. O que foi possível apontar é que a maioria das emissoras analisadas se utiliza principalmente de dois tipos de produção: os telejornais diários e os programas de debates e entrevistas.

Cada um deles se relaciona com os requisitos da radiodifusão pública e nos dois tipos foram identificados afastamentos e aproximações do que se espera de um produção feita por um TV não comercial. No entanto, é possível afirmar que todas as produções exibem conteúdo complementar ao que é produzido pelas emissoras comerciais. Os telejornais diários suprem a ausência de cobertura local em cidades do interior do país e os programas de debate e entrevista oferecem espaço para análise e aprofundamento, dificilmente presentes na cobertura ágil das televisões privadas.

Entretanto, a análise desenvolvida por meio da aplicação de indicadores de qualidade do jornalismo da televisão universitária no conteúdo produzido mostrou-se insuficiente para responder de forma categórica a duas questões essenciais: a independência das produções frente às influências políticas e econômicas dentro e fora das universidades e a efetiva participação de membros da comunidade na gestão do conteúdo. Para alcançar essas respostas seria necessário o acompanhamento presencial da rotina de produção das emissoras.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

As emissoras ligadas a Instituições de Ensino Superior, públicas e privadas, que exibem conteúdo em sinal aberto e na TV a cabo, apresentam constituições e objetivos diferentes, mas estão reunidas dentro de um mesmo grupo, o Campo Público de Televisão no Brasil. Por isso, devem atender ao requisito legal da complementaridade entre os serviços de radiodifusão pública, estatal e comercial, inclusive na sua programação jornalística.

Essas televisões universitárias fazem parte do ecossistema de comunicação brasileiro e ocupam lugar na intersecção entre dois intrincados subcampos da televisão: o público e o universitário. Dessa maneira, elas se relacionam tanto com os demais agentes de seus subcampos, quanto com os sujeitos que fazem parte do sistema comercial, na arena de embates pela obtenção de poder e pelo exercício da autoridade constituída. Apesar de possuírem uma lógica interna, as televisões apresentam autonomia relativa frente aos demais integrantes do campo televisivo.

Há uma relação permanente de desigualdade no interior deste campo. Os agentes dominantes são aqueles que fazem parte das emissoras comerciais, já estabelecidas no ecossistema televisivo e detentoras de grande poder simbólico; e os dominados são os integrantes dos veículos públicos- universitários, educativos, comunitários, etc.- que detêm menos capital simbólico e econômico, tendo conseqüentemente menos força na relação de poder estabelecida. A predominância dos agentes comerciais sobre os não comerciais se deu desde o surgimento da TV no Brasil, uma criação com finalidades totalmente privadas, persistiu na demora e ineficiência de estabelecer um modelo de comunicação com caráter público, e continua em decorrência da falta de políticas públicas e investimento no setor.

Dentro desse cenário em disputa, o subcampo da TV pública também é marcado pelas atrações e repulsas que sofre de outros microcosmos, como os grupos políticos e a academia, mesmo que uma das premissas do campo público seja a distância do controle ideológico. A influência deste último campo nas televisões universitárias analisadas pode ser vista na prevalência de um modelo de financiamento único a partir de verba destinada pelas universidades; de forma direta nos veículos que fazem parte da estrutura oficial das instituições e de maneira indireta nas emissoras que são geridas por fundações. As outras opções encontradas para a obtenção de recursos, como editais de

incentivo e apoio cultural, não são capazes de garantir a manutenção financeira das televisões universitárias.

As dificuldades de financiamento são uma marca da TV pública, acertadamente impedida pela legislação de obter verbas por meio da publicidade, mas deixada na dependência da destinação de recursos pelas instituições mantenedoras e sem a garantia legal de manutenção financeira substancial e contínua. Assim, essas emissoras têm menos capital financeiro e menos poder de investir em suas equipes, estruturas e programações, mantendo-se em um patamar inferior quanto à qualidade técnica do material e as possibilidades de explorar os formatos mais dispendiosos, inclusive a de manter cobertura jornalística diária e ao vivo. Por conseguinte, têm menos poder de angariar capital simbólico, determinante da disputa de poder dentro do campo comunicacional.

Já em relação ao campo da política, há mais repulsa que atração, uma vez que não há entre a classe política um entendimento sobre as diretrizes que devem moldar a programação das emissoras não comerciais, confundidas muitas vezes com estatais, e sobre a relevância desse modelo para a democracia. Nunca houve um projeto consistente de implementação de um sistema público coeso, a legislação é fragmentada e nem mesmo os artigos da Constituição Federal que versam sobre a radiodifusão pública foram regulamentados. Além disso, os ataques ao modelo público foram recrudescidos nos últimos anos, principalmente durante o governo de Jair Bolsonaro, o qual promoveu um desmonte da jovem TV Brasil e reduziu o orçamento para as instituições federais de ensino superior e, conseqüentemente, para as emissoras universitárias.

Como dominados, espera-se que os agentes das televisões universitárias ajam para transformar o campo de forças e não para conservá-lo. No entanto, por fazerem parte de um campo maior e serem influenciados pelas trocas simbólicas que comandam as estruturas mentais e excluem a possibilidade de pensar e de agir de outro modo, é compreensível que eles acabem por se espelhar na prática dominante. Esse espelhamento é perceptível também na produção telejornalística das televisões universitárias, já que o modelo consagrado foi estabelecido pelas emissoras comerciais ao longo de várias décadas, sem que houvesse concorrência com outras formas de divulgar informações na TV.

Além da impossibilidade de pensar fora das estruturas mentais já estabelecidas no ecossistema de comunicação, há a dificuldade de emissoras que ainda buscam por

sua consolidação no cenário televisivo e na mente dos espectadores de se afastarem totalmente dos padrões já consagrados e reconhecíveis à primeira vista, ainda mais quando se trata de telejornalismo. O padrão estético e estrutural emprestado dos Estados Unidos é o que predomina nas emissoras comerciais e pode parecer a única forma de transmitir informações; sendo assim, uma televisão universitária, geralmente com baixa audiência, segue esse modelo para atrair o público e pode evitar se afastar dele para não descaracterizar o gênero televisivo e assim afastar uma audiência potencial.

As características apontadas acima, quanto às dificuldades financeiras e à aproximação do modelo comercial, se relacionam em grande medida. As televisões universitárias não têm recursos para produzir conteúdo cuja qualidade se aproxime do que é produzido pela televisão privada e ao mesmo tempo não podem investir em novos formatos, que também demandam investimento em estrutura, equipe e equipamentos. Dessa maneira, estão presas no dilema de tentar imitar um modelo que não são capazes de alcançar e de não ter recursos para implementar inovações.

No ecossistema televisivo brasileiro há também uma dificuldade conceitual quanto às diretrizes da radiodifusão pública, que não estão elencadas nem na Carta Magna pois o artigo que versa sobre ela não foi regulamentado mesmo depois de mais de 30 anos, e quanto ao tipo de programação deve ser produzida para complementar o serviço oferecido pelo sistema comercial. Em decorrência da semelhança e sobreposição das produções telejornalísticas, quando deveriam ser complementares, o telejornalismo das emissoras universitárias pode se transformar em mais um agente que trabalha para consagrar as divisões já existentes no campo de forças e a forma como os sujeitos veem e compreendem dessas divisões.

Da mesma maneira, a influência do sistema comercial sobre o não-comercial se dá por meio do *habitus* de classe, que opera no jornalista por meio da reprodução de estruturas internalizadas a partir de determinada formação discursiva, mas que também é operado por ele, tanto no discurso quanto nas ações. Ou seja, o funcionário da empresa, que pode influenciar a opinião pública por ter o poder de decisão sobre aquilo que será ou não abordado, também é manipulado pela mesma ideologia que ajuda a reproduzir com seu trabalho.

Além disso, existe uma conformidade dentro da categoria jornalística, pois os profissionais, em sua maioria, têm formação e origens sociais semelhantes, compartilham certos pontos de vista, leem os trabalhos uns dos outros, se conhecem e se encontram constantemente. Essa conformidade faz com que os profissionais das

emissoras de TV, sejam comerciais ou públicas, tenham pontos de vista muito próximos e façam os mesmos recortes da sociedade no momento de desenvolver uma cobertura jornalística; recortes esses baseados na vivência profissional e naquilo que foi ensinado dentro da academia.

A cultura profissional dos jornalistas produz uma ideologia, uma idealização de si mesma, segundo a qual os profissionais detêm a competência específica de saber o que é notícia e como produzi-la. Por meio dessa ideologia se desenvolve o sistema de crenças da profissão que determina a maneira como os jornalistas vão se relacionar entre si e com a empresa em que trabalham e como eles vão responder aos anseios sociais em relação a sua prática profissional. Esse grupo profissional também se une a partir das suas interpretações compartilhadas da realidade. Dessa maneira, as notícias produzidas por diferentes jornalistas em diferentes veículos vão ser modeladas por esse sistema de crença interno, esse *ethos*, por mais que os profissionais afirmem estarem atendendo, e acabam se tornando parecidos entre si.

O *habitus* se faz presente dentro das instituições de ensino, pois elas reproduzem o conhecimento estabelecido a partir do modelo comercial e orientam os estudantes que a maneira correta de fazer jornalismo é a maneira estabelecida pelas grandes emissoras de TV, por mais que nesses locais não haja vaga para todos os profissionais formados.

A retroalimentação do *habitus* se dá também dentro das emissoras públicas, ainda influenciadas pelo modelo privado de produção telejornalística. Isso pode ocorrer porque seus profissionais passaram por emissoras comerciais ou ainda trabalham em veículos comerciais, já que é comum que jornalistas acumulem dois empregos para manter seu sustento, ou porque eles desconhecem as possibilidades e obrigações legais de fazer diferente e não conseguem refletir sobre elas em razão de suas rotinas atribuladas.

Mais um desconhecimento que parece contribuir para a repetição dos padrões é o de que o cidadão é o dono do veículo público e deve ter poder de participação e decisão quanto ao conteúdo produzido. Ao não se abrir para a escuta desses cidadãos e suas necessidades, os profissionais da TV pública continuam a presumir o que o espectador espera da programação, usando como base esse mesmo *habitus* de classe.

Outro ponto determinante para a padronização da narrativa jornalística são as características do campo televisivo, como a velocidade no processo de produção, a escassez de tempo e a definição antecipada dos temas a abordar, das pessoas a ouvir e do tamanho que será dado a cada um dos produtos. A escolha dos fatos a serem

abordados e das fontes a serem entrevistadas se alinha com a prática consolidada no campo de atrair atenção para fatos que supostamente são de interesse público, permitindo que o telejornal convenha a todo mundo ao confirmar as coisas já conhecidas e manter intocadas as estruturas mentais.

Ao agregar essas informações ao cenário geral do telejornalismo das televisões universitárias brasileiras na busca por responder em que medida elas se aproximam do que se espera da comunicação pública, faz-se necessário salientar que não há uma constatação única que sirva a todo o grupo, mas há desafios que precisam ser enfrentados por todos os membros.

Cada uma, à sua maneira, tem buscado complementar o conteúdo informativo oferecido pelas emissoras comerciais por meio da promoção da cidadania e de conteúdos que auxiliem na compreensão da realidade. Os telejornais diários analisados suprem a demanda por informações locais em cidades do interior do país, que não contam com retransmissoras ou equipes de telejornalismo para realizar a cobertura local. Já os programas de debates e entrevistas oferecem análise de temas relevantes para a vida em sociedade, com aprofundamento e duração raras na cobertura jornalística de veículos comerciais.

Entretanto, é imprescindível apontar que além de debater temas de relevância é preciso produzir um conteúdo que seja acessível e compreensível para a maioria da população e isso, muitas vezes, não ocorre nas emissoras universitárias. Primeiro porque nem todas exibem sua programação em uma plataforma gratuita, como é o caso da produção jornalística do canal universitário da UnBTV; ou porque não contam com recursos de acessibilidade, como é o caso de todas as produções, com exceção do Jornal da UFU. E também porque aquelas que optam por programas de debates e entrevistas nem sempre conseguem adequar as discussões ao público amplo da televisão. Por estarem dentro das Instituições de Ensino Superior e por ter os pesquisadores e professores como fontes privilegiadas, os jornalistas podem ter dificuldades de adaptar o discurso acadêmico e transformá-lo em um discurso televisivo.

Outro ponto importante a ser destacado é que há pouco investimento em inovação de gêneros e formatos, que ajudem a estabelecer a especificidade do serviço público e que incentivem as transformações no meio televisivo. Isso ocorre apesar das emissoras estarem afastadas da busca por audiência em si mesma e de anunciantes e de servirem como campo de estágio para estudantes de comunicação e de laboratório para as disciplinas, o que poderia incentivar a experimentação e busca por novos formatos.

Como apontado acima, as universidades e a própria televisão universitária reproduzem o modelo dominante ao invés de tentarem subvertê-lo.

Outra deficiência grave encontrada durante a análise é que as emissoras oferecem pouco espaço para a efetiva participação de pessoas da comunidade em geral, externa às instituições de ensino que gerem as televisões. Em nenhum dos programas foi possível identificar a divulgação de canais de interação com o público ou incentivo ao envio de contribuições, nem mesmo nos programas diários. Também não foi possível identificar a participação da comunidade na gestão do conteúdo na metade das emissoras. Na TV Universitária de Uberlândia, na UnBTV e na TVE Recife, todas ligadas à instituições federais, há conselhos curadores ou consultivos com membros externos, que podem opinar sobre o que é produzido; sendo que na última emissora há a possibilidade desses membros participarem da escolha de temas e fontes do Opinião Pernambuco. Nas demais emissoras não foi possível identificar a presença de sujeitos de fora das instituições.

Diante de todos os pontos apresentados é necessário apontar que a televisão universitária cumpre a função de oferecer conteúdo complementar ao que é oferecido pelas emissoras estatais e comerciais, por meio dos temas que decide cobrir e da maneira como faz isso, privilegiando os assuntos que não são debatidos pelos demais entes do ecossistema televisivo e valorizando uma abordagem aprofundada e com vistas a consolidação da cidadania. Mas ela ainda precisa se voltar para a universalização de seu conteúdo, para o incentivo à experimentação de novos formatos e, principalmente, para a participação dos cidadãos na gestão e na produção de conteúdo, uma vez que o cidadão é o senhor da comunicação pública.

Além de garantir o acesso à informações essenciais para a vida em sociedade, como aquelas oferecidas pelo poder público, e à análises aprofundados que auxiliam os espectadores a fazerem suas escolhas políticas e sociais, a televisão universitária deve estar aberta à formação de estudantes a partir de uma perspectiva crítica e inovadora de fazer televisão e à formação do público, incluído no processo de produção. Os cidadãos não devem apenas receber o que é produzido, mas podem ser incentivados a falar e, mais ainda, a conhecerem e controlarem o código telejornalístico, garantindo um sentido negociado entre profissionais e espectadores. Somente dessa maneira ela vai ocupar seu espaço de contraponto e antirreferencial da comunicação comercial e se transformar em um espaço público acessível e plural, ocupado por cidadãos livres.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABTU. **Diagnóstico Setorial**. In: Ministério da Cultura. Caderno de Textos do Fórum de TVs Públicas. Brasília, 2006.

ACCIOLY, Denise Cortez da Silva. **TV Universitária: a televisão da universidade**. Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Curitiba, 2009.

ACOSTA, Bibiana Bustos; URREGO, Pablo Emilio Romero. **La Televisión Educativa em Latinoamérica**. 2014. 35 f. Monografia (Graduação). Licenciatura em Humanidades e Lingua Castelhana, Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2014.

ALMENARA, Julio Cabrera; PEREIRA, Laura Garcia; MORAL, Pilar Query del; CONCHA, Diego Garcia de la. **La Televisión Universitaria por Internet: análisis de la situación española**. In: EDUTEC- Revista Electrónica de Tecnología Educativa, nº 55, La Rioja, Espanha: 2016.

ANDIFES. **Sobre o remanejamento orçamentário de verbas das universidades federais**. Disponível em: <https://www.andifes.org.br/?p=93135>.

AZAMBUJA, Cintia Neves de. **Jornalismo Educativo: da teoria à prática na TV universitária**. 2008. 325 f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Educação, Universidade Estácio de Sá, 2008.

AZEVEDO, Carlos Eduardo Franco et al. **A Estratégia de Triangulação: Objetivos, Possibilidades, Limitações e Proximidades com o Pragmatismo**. Anais do IV Encontro em Ensino e Pesquisa em Administração e Contabilidade. Brasília: 2013.

BARROSO, Graciele. **Novas Tecnologias Móveis como Plataformas de Produção: participação do público e novos conteúdos para a televisão pública**. In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. vol. 1, nº 1, São Paulo: 2014. p. 25- 28.

BECERRA, Martin, WAISBORD, Silvio. **Principios y “Buenas Prácticas” para los Medios Públicos en América Latina**. Paris, UNESCO, 2015.

BECKER, Beatriz. **Mídia e Jornalismo como Formas de Conhecimento: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais**. In: Matrizes Ano 5, nº 2, São Paulo: jan-jun 2012. p. 231-250.

BIANCO, Nelia R. Del; PINHEIRO, Elton Bruno. **Tensionamentos do Viés Educativo na Origem e Atuação do Serviço de Radiodifusão Pública Brasileiro**. In: BIANCO, Nelia R. Del; KLÖCKNER, Luciano; FERRARETTO, Luiz Artur. **80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

BRASIL. **Lei nº 4.117**, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília, DF, ago., 1962.

BRASIL. **Decreto nº 52.795**, de 31 de outubro de 1963. Aprova o Regulamento dos Serviços de Radiodifusão. Brasília, DF, out., 1963.

\_\_\_\_\_. **Decreto-Lei nº 236**, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e Modifica a Lei Número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Brasília, DF, fev., 1967.

\_\_\_\_\_. **Constituição** (1988). Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. Brasília, DF, out., 1988.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 8.977**, de 06 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e Dá Outras Providências. Brasília, DF, jan., 1995.

\_\_\_\_\_. **Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996**. Estabelece as Diretrizes e Bases da Educação Nacional. Brasília, DF, dez., 1996.

BOOTH, W.C., COLOMB, G. G., WILLIAMS, J.M. **A Arte da Pesquisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papirus, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997a.

BOURDIEU, Pierre. **A influência do jornalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 1997b.

BOTELHO-FRANCISCO, R.E., DAHER, F.J., ESTRADA, S.D., ROCHA, C. **RedeIFES: uma perspectiva convergente e viável de uma rede interativa de comunicação horizontal e colaborativa das Instituições Federais de Ensino Superior do Brasil**. In: Cadernos de Comunicação, UFSM, v. 20, n. 1, 2016.

BUCCI, Eugenio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas: uma avaliação contemporânea**. Série Debates CI Unesco, Brasília, 2012.

CADORIN, Fábio Bitencourt. **Exame de processos de representação da identidade cultural de Tubarão em reportagens do telejornal “Câmera Aberta 2ª edição”, veiculadas pela Unisul TV**. 2011. 133 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Ciências da Linguagem, Universidade do Sul de Santa Catarina, Tubarão, 2011.

CALLIGARO, Donesca. **TVs Universitárias: um panorama das emissoras no Rio Grande do Sul**. 2007. 327 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2007.

CALLIGARO, Donesca. **TVs Universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira**. In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. São Paulo: 2013. p. 27-32.

CARRATO Ângela Maria D.. **Uma História da TV Pública Brasileira**. 2013. 286 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2013.

CARVALHO, Edwin dos Santos. **Contribuições de Pierre Bourdieu para o Campo Jornalístico**. Anais do XL Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba: 2017.

CARVALHO, Lucimar da Silva. **Modos de Endereçamento e a Formação do Telespectador na TV Universitária**. 2006. 129 f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Educação, Universidade Estácio de Sá, 2006.

CATANI, Afrânio Mendes. **As Possibilidades Analíticas da Noção de Campo Social**. In: Educação e Sociedade, Campinas, v. 32, nº 114, jan/mar, 2011. p. 189-202.

CHAUÍ, Marilena. **A Universidade Operacional**. In: Folha de S. Paulo: Brasil, maio de 1999.

CIFUENTES, Diego Portales. **Televisão Pública na América Latina: crises e oportunidades**. In: RINCÓN, O. (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: São Paulo: Friedrich-EbertStiftung, 2002.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora- MG**. Rio de Janeiro: Maud X, 2012.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **A Informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

COUTINHO, Ricardo Nespoli. **Televisão Universitária como Ambiente de Aprendizagem**. 2006. 146 f. Dissertação (Mestrado). Mestrado em Educação, Universidade Estácio de Sá, 2006.

CUNHA, Luiz Antônio. **Qual universidade?** São Paulo: Cortez, 1989.

CURADO, Camila Cristina; BIANCO, Nélia Rodrigues Del. **O Conceito de Radiodifusão Pública na Visão de Pesquisadores Brasileiros**. Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.

DIAS, Ana Paula Vieira de Souza. **As TVs Universitárias no Contexto das Indústrias Culturais e Midiáticas: o desafio conceitual e a busca de um modelo**. 2016. 261 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação e Territorialidades, Universidade Federal do Espírito Santo, 2009.

DENHARDT, Robert B.; DENHARDT, Janet. **The New Public Service: serving rather than steering**. EUA, Public Administration Review: 2000.

DORNELLES, Roberto; COSTA, Bianca. **O Singular e o Poder Simbólico como Categorias Estruturantes para a Produção Jornalística de Conhecimento**. IN: Revista Temática, ano VIII, nº 2, fevereiro, 2012.

DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

ESTEINOU MADRID, Javier. **La Televisión Universitaria y la Construcción de Un Nuevo Modelo de Comunicación Social en América Latina**. Global Media Journal, vol. 4, no. 7, México: 2007.

FERNANDES, Maria Cristina da Silveira Galan. **Reflexões sobre a Produção do Conhecimento no Campo Acadêmico-científico: illusio e meritocracia**. Revista Eletrônica de Educação, v.13, n.3, set. /dez., 2019, pp. 921-937.

FERNÁNDEZ, Valério Fuenzanila. Por uma Televisão Pública na América Latina. In: RINCÓN, O. (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-EbertStiftung, 2002.

FERREIRA, Giovandro Marcus. **Apontamentos sobre as Propriedades do Campo de Produção Jornalístico**. In: Pauta Geral – Revista de Jornalismo, Salvador, 2002. p.243-258.

FERREIRA, Jairo. **Mídia, Jornalismo e Sociedade: a herança normalizada de Bourdieu**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, vol. II, nº 1, Florianópolis, 2005

FRANCO, Marília. **Canais Universitários de TV a Cabo- TV USP**. In: Comunicação & Educação. São Paulo, nº 12, maio/ago, 1998. p. 118-124.

FUNDAÇÃO RÁDIO E TELEVISÃO EDUCATIVA DE UBERLÂNDIA. **Estatuto da Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia - RTU**. Uberlândia., 2011.

GENRO FILHO, Adelmo. **O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GOES, José Dirceu Campos. **A Produção de Programas de Jornalismo em TVs Universitárias**. 2013. 164 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, 2013.

GOMES, Itania. **Questões de Método na Análise do Telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise**. In: Revista Ecompós, v.18, no. 1, Porto Alegre: jan-abr 2011.

GOMEZ, Guillermo Orozco. **Mediações e Televisão Pública: a desconstrução múltipla da televidência na era da vassalagem midiática**. In: RINCÓN, Omar. (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.

GÓMEZ, José Ignacio Aguaded; GARDIOLA, Daniel Ponce. **UniTV, Canal de Televisión de la Universidad de Huelva: hacia una TV universitaria de calidad UniTV, TV channel in University of Huelva**. In: Edmetic, vol. 1, Espanha: 2012, pp. 90-114.

GÓMEZ, José Ignacio Aguaded; CARRERO, Jacqueline Sánchez. **Televisión Educativa y Universidades en un Mundo Digital**. Comunicación, 2010.

GOULART, Fabiano de Moura. **Radiodifusão Educativa: o caso da TV Universitária de Uberlândia – MG**. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Sistema de Gestão de Qualidade aplicado ao jornalismo**: possibilidades e diretrizes. Série Debates CI Unesco, Brasília, 2011.

GURGEL, Maria Gorete. **Público em Questão**: uma análise do TVU Notícias. 2015. 163 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Gestão de Processos Institucionais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2015.

HABERMAS, Jürgen. **Comunicação Política na Sociedade Mediática**: o impacto da teoria normativa na pesquisa empírica. In: *Líbero*, ano XI, nº 21, São Paulo: Cásper Líbero, jun. 2008. p. 09-21.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do Agir Comunicativo**: racionalidade da ação e racionalização social. São Paulo: Martins Fontes, 2012.

LAGO, Cláudia. **Pierre Bourdieu e Algumas Lições para o Campo da Comunicação**. In: *Intexto*, Porto Alegre, UFRGS, nº 34, set/dez, 2015. p. 728-744.

LIMA, Vilma Silva. **As Regras da TV Universitária**: lutas para a constituição de um campo. 2011. 247 f. Tese (Doutorado), Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2011.

LOPES, Felisbela; LOUREIRO, Luís Miguel; NETO, Ivo. **O Real (Ainda) Mora Aqui?**: os convidados e a participação dos espectadores na TV Informativa. CECS - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade Universidade do Minho, Portugal: 2013.

MACHADO, Arlindo. **Pode-se Falar em Gêneros na Televisão?** In: *Revista FAMECOS*, nº 10, Porto Alegre: junho, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A Televisão Levada a Sério**. Editora Senac: São Paulo, 2000.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **Manual para uma TV Universitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **TV Universitária**: você já viu uma. In: *Le Monde Diplomatique* Edição 20, Brasil, 2009.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **Dossiê TV Universitária**: 45 anos de experiência. In: *Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública*. São Paulo: 2013. p. 08-14.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio; OLIVEIRA, Ricardo. **Mapa 4.0**: TV universitária brasileira. ABTU/UNB: 2020. Disponível em: <https://www.abtu.org.br/mapa-4-0>. Acessado no dia 22 de outubro de 2020.

MARTELLI, Flávia Cortese. **TV Universitária**: um modelo de gestão em construção: TV Unaerp de Ribeirão Preto. 2012. 170 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista, 2012.

MARTELLI, Flávia Cortese; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. **TV Universitária: um modelo em construção entre o público e o privado.** In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. São Paulo: 2013. p. 15-18.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** Rio de Janeiro: UFRJ Editora, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Gérman. **Os Exercícios do Ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** Tradução Jacob Gorender. São Paulo: Editora Senac, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Televisão Pública, Televisão Cultural: entre renovação e a invenção.** In: RINCÓN, O. (Org.). Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.

MATON, Karl. **Habitus.** In: GRENFEEL, Michael (Org.). Pierre Bourdieu: Conceitos Fundamentais. Petrópolis: Vozes, 2018.

MELO, Patrícia Bandeira. **Campo e Habitus na Produção Jornalística: o lugar de fala como determinante da agenda.** In: Estudos de Sociologia, Revista do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFPE. v. L, n. 1, 2005. p. 69.82.

MENDELL, Toby. **Serviço Público de Radiodifusão: um estudo de direito comparado / Toby Mendel.** Brasília: UNESCO, 2001.

MEDITSCH, Eduardo Barreto Vianna. **O Conhecimento do Jornalismo.** Florianópolis; Ed. UFSC, 1992.

MEDITSCH, Eduardo Barreto Vianna. **O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento?** In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (Org.) **Teoria da Comunicação: antologia de pesquisadores brasileiros.** Porto Alegre: Sulina, 2004.

MONTEIRO, Graça. **A Singularidade da Comunicação Pública.** In: DUARTE, J. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público.** São Paulo: Editora Atlas, 2012.

NETO, Haymone Leal Ferreira. **Jornal de quem?: um estudo de caso sobre o Nosso Jornal, da TV Universitária do Recife.** 2012.168 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2012.

OLIVEIRA, Luís Felipe Rosa; e MARTINS, Dalton Lopes. **Pierre Bourdieu e o Campo da Comunicação no Brasil: uma perspectiva dos modos de apropriação.** In: E-compós (Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), v. 23, jan–dez, 2020. p. 1–20.

OLIVEIRA, Ricardo. **TV Universitária Pública: entre a sobrevivência e a convergência digital.** In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. n° 4, São Paulo: 2017. p. 06-09.

OLIVEIRA, Gisele Pimenta de. A Radiodifusão Pública e a Crise da Democracia no Brasil: contextos e aproximações. In: GERALDES, Elen; SILVA, Juliano Domingos da; OLIVEIRA, Gisele Pimenta de (Org.). **Resistências e Inovações: políticas de comunicação em tempos de crise**. Brasília: 2019.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. 1948. Viena.

ORTIZ, Renata (org.). **Pierre Bourdieu: sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

OTONDO, Teresa Monteiro. TV Cultura: A diferença que importa. In: RINCÓN, O. (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.

PEIXOTO, Fabiana; PRIOLLI, Gabriel (Orgs.). **A Televisão Universitária no Brasil: os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe**. São Paulo: UNESCO, 2004.

PINHEIRO, Elton Bruno Barbosa. **Pensar a Comunicação Pública Latino-Americana no Contexto da Cultura da Conexão: possibilidades e desafios**. In: Revista Geminis, São Paulo, vol. 7, n. 1, p. 177-195, 2016.

PINHO-ZÚÑIGA, Regina; MARTÍN-PENA, Daniel; CUELLAR, Macarena Parejo. **El Nuevo Rol de las Universidades em la Comunicación Científica**. In: Atas do I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento: comunicacia y desarrollo social. Sevilha, 2016a.

PINHO-ZÚÑIGA, Regina; MARTÍN-PENA, Daniel; CUELLAR, Macarena Parejo. **Rádios Universtarias Españolas como Valedores del Servicio Público y Social**. In: Atas do I Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento: comunicacia y desarrollo social. Sevilha, 2016b.

PREVEDELLO, Carine. **Televisões Universitárias Público-Estatais: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização no interior do Brasil**. 2013. 233 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

PREVEDELLO, Carine. **Televisão Universitária Público-Estatal no Brasil: origem e contexto da convergência digital**. Anais do X Encontro Nacional de História da Mídia, Porto Alegre, RS, 2015.

PRIOLLI, Gabriel. **A TV Pública é Importante?** In: Revista Cult. São Paulo: Bregantini, 2007.

PRIOLLI, Gabriel. **Estatal ou Pública? A TV que não ousa dizer o nome**. In: Observatório da Imprensa, 2008.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV Universitária: limites e possibilidades**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. **O Perfil da TV Universitária e uma Proposta de Programação Interativa**. 2010. 173 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, 2010.

RAMALHO, Alzimar. **Mapa da TV Universitária Brasileira**: versão 3.0. Viçosa/MG, ABTU, 2011.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. **A contribuição dos Canais Universitários para a Comunicação Pública**. In Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. vol. 0, nº 0, São Paulo: 2013. p. 19-23.

REY, Gérman. O Cenário Móvel da Televisão Pública: alguns elementos do contexto. In: RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão Pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

RINCÓN, Omar. Rumo a uma Televisão Pública Experimental e Prazerosa. In: RINCÓN, O. (Org.). **Televisão Pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.

ROCHA, Heitor Costa Lima da; MARROQUIM, Rafael Salviano Marques. **O Papel do Jornalismo no Processo Democrático**: a ética do discurso como essência da democracia deliberativa. In: Estudos em Comunicação nº 9, Curitiba, 2011. p. 143-160.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo e Informação para Democracia**: parâmetros de crítica de mídia In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Vitrine e vidraça**- crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Covilhã: LavCom, 2010.

ROTHBERG, Danilo. O Conceito de Enquadramento e sua Contribuição à Crítica de Mídia In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Vitrine e vidraça**: crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Covilhã: LavCom, 2010b.

SÁ, Sônia de. **Jornalismo Integrador**: o noticiário televisivo na era da abundância informativa. Covilhã: LavCom, 2019.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela Mão de Alice**. São Paulo: Cortez, 1995.

SANTOS, Carlos Roberto Praxedes dos. **A TV Pública não Pública**: as televisões não comerciais no Brasil. Jundiaí: Paco Editora, 2019.

SIGNATES, Luiz. Comunicação como Política Pública: as adversidades da consolidação de um conceito. In: SANTOS, Nádia Maria Weber; SILVA, Newton Pinto da; OLIVEIRA, Rodrigo Cássio (Orgs.) **Comunicação Pública no Brasil**: desafios e perspectivas; memórias e depoimentos. Porto Alegre: Editora Fi, 2019.

SILVA, Gislene. **De que Campo do Jornalismo estamos Falando?** In: Matrizes, ano 3, nº 1, ago-dez, 2009a.

SILVA, Sivaldo Pereira da. Sistema Público de Comunicação da Colômbia. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009b.

SILVA, Sivaldo Pereira da. Sistema Público de Comunicação dos Estados Unidos. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009c.

SILVA, Sivaldo Pereira da. Sistema Público de Comunicação do Japão. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009d.

SILVA, Luiz Martins. O Jornalismo como Teoria Democrática. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Vitrine e vidraça**: crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Covilhã: LavCom, 2010.

SILVA, Marcos Paula da. **Campo Jornalístico e Seleção Noticiosa**: uma leitura da concepção de noticiabilidade a partir da sociologia dos campos de Pierre Bourdieu. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza, 2012.

SODRÉ, Muniz. **O Monopólio da Fala**: funções e linguagens da televisão no Brasil. Petrópolis, Vozes. 8. ed. 2010.

SOLHA, Hélio. **Televisão, Conhecimento, Cidadania e Sociedade**: a Revista da ABTU. In Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. vol. 0, nº 0, Fortaleza, 2013.

TAVARES, Olga Maria. **A TV Universitária Digital Interativa e Redes Sociais**: a convergência possível. In: Verso e Reverso, nº XXV, Rio Grande do Sul: setembro-dezembro 2011, pp. 165-171.

THOMAZ, Gabriel de. **TVs Universitárias**: gênese da TV Pública Brasileira. In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. nº 5, São Paulo: 2018. p. 11-15.

TRINDADE, Gabriel Vianna Bezerra da. **Comunicação Pública**: um estudo de caso da TV UFG. 2014. 111 f. Monografia (Graduação). Faculdade de Informação e Comunicação, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2014.

TORRES, Rodrigo. **Televisão Pública no Brasil**: um estudo preliminar sobre suas múltiplas configurações. In: Revista Contemporânea, n.12. Salvador: UFBA, 2009. p. 27-39.

TORRES, Ana Paula Damasceno; MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **A Gestão do Conhecimento como Ferramenta para Televisão Universitária**. In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. nº 3, São Paulo: 2016. p. 06-12,

TORVES, José Carlos. **Televisão pública**. Porto Alegre: Evangraf LTDA, 2007.

UNESCO. Um Mundo e Muitas vozes: Comunicação e informação na nossa época. Rio de Janeiro: FGV, 1983

UNESCO. **La Radio y Televisión Pública**: por qué? cómo? Maio de 2001.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA. **Tecnologia de comunicação para educação à distância e universalização da educação fundamental**. Uberlândia, 1994. Projeto

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. **TV Pública no Brasil**: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. 2009. 210 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Brasília, 2009a.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. Concepções e Abordagens Conceituais sobre Sistema Público de Comunicação. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009b.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. Sistema Público de Comunicação da Espanha. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009c.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. Sistema Público de Comunicação da França. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009d.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. Sistema Público de Comunicação do Reino Unido. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009e.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio; AZEVEDO, Flávia. Sistema Público de Comunicação de Portugal. In: INTERVOZES. **Serviços Públicos de Comunicação no Mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo, Paulus: 2009.

VILLEGAS, Juan Carlos Suárez. **Como Avaliar a Responsabilidade do Jornalismo frente à Cidadania**. In: Estudos em Jornalismo e Mídia, vol. 16, nº 2, Florianópolis, 2019.

VIZEU, Alfredo. **A construção Social da Realidade e os Operadores Jornalísticos**. In: Revista FAMECOS, nº 25, Porto Alegre, 2004.

VIZEU, Alfredo. **A Sociedade do Telejornalismo**. In: Observatório da Imprensa, 2008.

VIZEU, Alfredo. Telejornalismo: das rotinas produtivas à audiência presumida. In: VIZEU, A.; PORCELLO, F.; MOTA, C. **Telejornalismo**: a nova praça pública. Santa Catarina: Insular: 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do Grande Público**: uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1996.

## REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS

### 1. UESB Notícias 1ª edição- TV UESB

Programa exibido no dia 18 de outubro de 2021 (segunda-feira)-  
<https://www.youtube.com/watch?v=6rNc8EWILuY&list=PL5KVoJb2YuQdY1fLQpbZiFTYZ-Pq1EraS&index=8>

Programa exibido no dia 26 de outubro de 2021 (terça-feira)-  
<https://www.youtube.com/watch?v=I4PfaGOByxE&list=PL5KVoJb2YuQdY1fLQpbZiFTYZ-Pq1EraS&index=16>

Programa exibido no dia 03 de novembro de 2021 (quarta-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=gxX4C9FAfzg&list=PL5KVoJb2YuQfW7oorGf1MxhsYQQP\\_S83O&index=1](https://www.youtube.com/watch?v=gxX4C9FAfzg&list=PL5KVoJb2YuQfW7oorGf1MxhsYQQP_S83O&index=1)

Programa exibido no dia 11 de novembro de 2021 (quinta-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=e5XP9o\\_AcMI&list=PL5KVoJb2YuQfW7oorGf1MxhsYQQP\\_S83O&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=e5XP9o_AcMI&list=PL5KVoJb2YuQfW7oorGf1MxhsYQQP_S83O&index=6)

Programa exibido no dia 26 de novembro de 2021 (sexta-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=qd3u5unJGIE&list=PL5KVoJb2YuQfW7oorGf1MxhsYQQP\\_S83O&index=18](https://www.youtube.com/watch?v=qd3u5unJGIE&list=PL5KVoJb2YuQfW7oorGf1MxhsYQQP_S83O&index=18)

### 2. Jornal da UFU- TV Universitária de Uberlândia

Programa exibido no dia 1º de novembro de 2021 (segunda-feira) com o tema “Desburocratização de serviços”-  
<https://www.youtube.com/watch?v=VRnN2H5u7LU&list=PL9ui3QdreZv0lfTs7Hia8WqHaImVfedWC&index=19>

Programa exibido no dia 09 de novembro de 2021 (terça-feira) com o tema “Novembro Azul”-  
<https://www.youtube.com/watch?v=QZgNQKnHMe0&list=PL9ui3QdreZv0lfTs7Hia8WqHaImVfedWC&index=14>

Programa exibido no dia 17 de novembro de 2021 (quarta-feira) com o tema “Preparação para o Enem”-  
<https://www.youtube.com/watch?v=5Opqa40IOyM&list=PL9ui3QdreZv0lfTs7Hia8WqHaImVfedWC&index=8>

Programa exibido no dia 02 de dezembro de 2021 (quinta-feira) com o tema “Quarta onda de Covid-19”- <https://www.youtube.com/watch?v=IoKjeKZoaLA>

Programa exibido no dia 10 de dezembro de 2021 (sexta-feira) com o tema “Solidariedade no Natal”- <https://www.youtube.com/watch?v=E4WmIeD7sN0>

### 3. Câmera Aberta 1ª edição- Unisul TV (UniTV)

Programa exibido no dia 19 de abril de 2021 (segunda-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=EqnJ6KAS7Dw&list=PLmwGkKsKq\\_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw\\_q-&index=31](https://www.youtube.com/watch?v=EqnJ6KAS7Dw&list=PLmwGkKsKq_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw_q-&index=31)

Programa exibido no dia 27 de abril de 2021 (terça-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=VNsQuLWwDPI&list=PLmwGkKsKq\\_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw\\_q-&index=23](https://www.youtube.com/watch?v=VNsQuLWwDPI&list=PLmwGkKsKq_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw_q-&index=23)

Programa exibido no dia 05 de maio de 2021 (quarta-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=uh0Jf4k0W50&list=PLmwGkKsKq\\_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw\\_q-&index=17](https://www.youtube.com/watch?v=uh0Jf4k0W50&list=PLmwGkKsKq_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw_q-&index=17)

Programa exibido no dia 20 de maio de 2021 (quinta-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=UNLgnUxLuEc&list=PLmwGkKsKq\\_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw\\_q-&index=15](https://www.youtube.com/watch?v=UNLgnUxLuEc&list=PLmwGkKsKq_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw_q-&index=15)

Programa exibido no dia 04 de junho de 2021 (sexta-feira)-  
[https://www.youtube.com/watch?v=Hbi0jGUCL\\_8&list=PLmwGkKsKq\\_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw\\_q-&index=6](https://www.youtube.com/watch?v=Hbi0jGUCL_8&list=PLmwGkKsKq_MHLwFEYHGhDN5iVOIhHw_q-&index=6)

#### **4. Brasil em Questão- UnBTv**

Programa exibido no dia 23 de julho de 2021, com o tema “Geopolítica e soberania nacional”-  
[https://www.youtube.com/watch?v=gtz441v9QZA&list=PL4ggm\\_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=5](https://www.youtube.com/watch?v=gtz441v9QZA&list=PL4ggm_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=5)

Programa exibido no dia 06 de agosto de 2021, com o tema “Meio ambiente” -  
[https://www.youtube.com/watch?v=OaIKsWpY58U&list=PL4ggm\\_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=OaIKsWpY58U&list=PL4ggm_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=4)

Programa exibido no dia 29 de outubro de 2021, com o tema “Justiça e democracia”-  
[https://www.youtube.com/watch?v=6U1VihW5uV4&list=PL4ggm\\_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=6U1VihW5uV4&list=PL4ggm_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=3)

Programa exibido no dia 12 de novembro de 2021, com o tema “Militares e crise política” -  
[https://www.youtube.com/watch?v=6\\_EgPBf\\_i44&list=PL4ggm\\_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=6_EgPBf_i44&list=PL4ggm_qRYF0N1bHw15icSHwQuYpeE4UOi&index=2)

#### **5. Em Pauta- TV Unesp**

Programa exibido no dia 27 de agosto de 2021, com o tema “Avanço da vacinação de Covid-19”-  
<https://www.youtube.com/watch?v=gDBTb7qu69A&list=PLTKZh-tngi2UdxGAZpEubfdo0aPNvnKXU&index=14>

Programa exibido no dia 24 de setembro de 2021, com o tema “Conflito de gerações e características da geração Z”-

[https://www.youtube.com/watch?v=PbZ3\\_xiSWso&list=PLTKZh-tngi2UdxGAZpEubfdo0aPNvnKXU&index=16](https://www.youtube.com/watch?v=PbZ3_xiSWso&list=PLTKZh-tngi2UdxGAZpEubfdo0aPNvnKXU&index=16)

Programa exibido no dia 22 de outubro de 2021, com o tema “Leitura, literatura e formação de novos leitores”- formação de novos leitores”-

<https://www.youtube.com/watch?v=lKZxG7cYCl0&list=PLTKZh-tngi2UdxGAZpEubfdo0aPNvnKXU&index=18>

Programa exibido no dia 20 de novembro de 2021, com o tema “Entretenimento e cultura em tempos de pandemia”-

<https://www.youtube.com/watch?v=LqK7bjZb12g&list=PLTKZh-tngi2UdxGAZpEubfdo0aPNvnKXU&index=19>

## **6. Opinião Pernambuco- TVU Recife**

Programa exibido no dia 04 de novembro de 2021, com o tema “Brasil um país doente”-

[https://www.youtube.com/watch?v=bdzgTN\\_lk8k&list=PLqfLkSQB26q\\_SCduWO5O6RKKr40o64nOa&index=14](https://www.youtube.com/watch?v=bdzgTN_lk8k&list=PLqfLkSQB26q_SCduWO5O6RKKr40o64nOa&index=14)

Programa exibido no dia 11 de novembro de 2021, com o tema “Aumento dos casos de Covid-19 na Europa”-

[https://www.youtube.com/watch?v=GqACgYYAYIk&list=PLqfLkSQB26q\\_SCduWO5O6RKKr40o64nOa&index=10](https://www.youtube.com/watch?v=GqACgYYAYIk&list=PLqfLkSQB26q_SCduWO5O6RKKr40o64nOa&index=10)

Programa exibido no dia 16 de novembro de 2021, com o tema “Bibliotecas comunitárias”-

[https://www.youtube.com/watch?v=mtcChKfJyNE&list=PLqfLkSQB26q\\_SCduWO5O6RKKr40o64nOa&index=9](https://www.youtube.com/watch?v=mtcChKfJyNE&list=PLqfLkSQB26q_SCduWO5O6RKKr40o64nOa&index=9)

Programa exibido no dia 24 de novembro de 2021, com o tema “Transporte ferroviário brasileiro” - <https://www.youtube.com/watch?v=i1dP60p-4bE>

## ANEXO- Parecer Consubstanciado do Comitê de Ética em Pesquisa

CENTRO UNIVERSITÁRIO DE  
GOIÁS - UNIANHANGUERA



### PARECER CONSUBSTANCIADO DO CEP

#### DADOS DO PROJETO DE PESQUISA

**Título da Pesquisa:** A Constituição do Jornalismo nas Televisões Universitárias Brasileiras

**Pesquisador:** Kamyla Faria Maia

**Área Temática:** Genética Humana:

(Trata-se de pesquisa envolvendo Genética Humana que não necessita de análise ética por parte da CONEP;);

**Versão:** 2

**CAAE:** 50778721.7.0000.9429

**Instituição Proponente:** Universidade Federal de Goiás - UFG

**Patrocinador Principal:** Financiamento Próprio

#### DADOS DO PARECER

**Número do Parecer:** 4.970.204

#### Apresentação do Projeto:

\*A pesquisa A Constituição do Jornalismo das Televisões Universitárias Brasileiras, orientada pela doutora Nélia Del Bianco, surgiu a partir da experiência profissional como editora-geral na TV UFG e das reflexões sobre barreiras e dificuldades encontradas na produção jornalística em uma emissora ligada a uma IES. Ela analisa o jornalismo das televisões universitárias brasileiras para identificar como se constitui o telejornalismo de emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior que atuam em concessões de radiodifusão aberta e em canais a cabo e entender como se relaciona com os princípios da radiodifusão pública, elencados pela Unesco (2001). Dessa maneira será possível compreender o papel delas na produção de conteúdos jornalísticos no Campo Público de Televisão no Brasil.

O trabalho se faz necessário para debater a complementaridade entre os serviços comercial, público e estatal, prevista pela Constituição, e que deve ser observada também pelo jornalismo das emissoras

**Endereço:** PROFESSOR LAZARO COSTA 1/99998

**Bairro:** VILA NOVA CANAA

**CEP:** 74.415-420

**UF:** GO

**Município:** GOIANIA

**Telefone:** (62)3246-1490

**E-mail:** comite.etica.humana@anhanguera.edu.br

Continuação do Parecer: 4.970.204

públicas; uma vez que o ocorre na prática é a sobreposição dos campos e a predominância das TVs comerciais frente a um modelo público que ainda não se consolidou. A pesquisa também se mostra pertinente, já que até o momento os trabalhos acadêmicos ainda não se comprometeram em traçar um panorama do jornalismo na televisão universitária e identificar como a marginalidade atestada do setor influenciou no desenvolvimento dos programas.

A hipótese que motiva o estudo é que a escassez de programas jornalísticos nas emissoras universitárias e a dificuldade de estabelecer uma diferenciação em relação ao modelo das emissoras comerciais apontam para uma lacuna em relação ao seu caráter público”.

**Objetivo da Pesquisa:**

“identificar como se constitui o telejornalismo de emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior que atuam em concessões de radiodifusão aberta e em canais a cabo e entender como se relaciona com os princípios da radiodifusão pública, elencados pela Unesco (2001). Dessa maneira será possível compreender o papel delas na produção de conteúdos jornalísticos no Campo Público de Televisão no Brasil”.

“debater a complementaridade entre os serviços comercial, público e estatal, prevista pela Constituição, e que deve ser observada também pelo jornalismo das emissoras públicas; uma vez que o ocorre na prática é a sobreposição dos campos e a predominância das TVs comerciais frente a um modelo público que ainda não se consolidou”.

**Avaliação dos Riscos e Benefícios:**

Riscos e benefícios foram satisfatoriamente apresentados.

**Endereço:** PROFESSOR LAZARO COSTA 1/99998

**Bairro:** VILA NOVA CANAA

**CEP:** 74.415-420

**UF:** GO

**Município:** GOIANIA

**Telefone:** (62)3246-1490

**E-mail:** comite.etica.humana@anhanguera.edu.br

Continuação do Parecer: 4.970.204

**Comentários e Considerações sobre a Pesquisa:**

Vide Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações

**Considerações sobre os Termos de apresentação obrigatória:**

O TCLE que não havia sido apresentado na última análise, pois a pesquisadora havia solicitado sua dispensa, nessa nova apreciação encontra-se regularmente apresentado.

**Recomendações:**

Vide Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações

**Conclusões ou Pendências e Lista de Inadequações:**

A lista de pendências foi cumprida pela pesquisadora.

**Considerações Finais a critério do CEP:**

**Este parecer foi elaborado baseado nos documentos abaixo relacionados:**

Tipo Documento	Arquivo	Postagem	Autor	Situação
Informações Básicas do Projeto	PB_INFORMAÇÕES_BÁSICAS_DO_PROJETO_1788211.pdf	01/09/2021 20:38:05		Aceito
TCLE / Termos de Assentimento / Justificativa de Ausência	TCLE.odt	01/09/2021 20:36:39	Kamyla Faria Maia	Aceito
Folha de Rosto	FOLHA_DE_ROSTO.pdf	26/07/2021 16:46:48	Kamyla Faria Maia	Aceito
Projeto Detalhado / Brochura Investigador	PROJETO.docx	07/07/2021 14:07:46	Kamyla Faria Maia	Aceito

**Situação do Parecer:**

Aprovado

**Necessita Apreciação da CONEP:**

Não

**Endereço:** PROFESSOR LAZARO COSTA 1/99998

**Bairro:** VILA NOVA CANAA

**CEP:** 74.415-420

**UF:** GO

**Município:** GOIANIA

**Telefone:** (62)3246-1490

**E-mail:** comite.etica.humana@anhanguera.edu.br

Continuação do Parecer: 4.970.204

GOIANIA, 13 de Setembro de 2021

---

**Assinado por:**  
**ESTELA MARES STIVAL**  
**(Coordenador(a))**

**Endereço:** PROFESSOR LAZARO COSTA 1/99998

**Bairro:** VILA NOVA CANAA

**CEP:** 74.415-420

**UF:** GO **Município:** GOIANIA

**Telefone:** (62)3246-1490

**E-mail:** [comite.etica.humana@anhanguera.edu.br](mailto:comite.etica.humana@anhanguera.edu.br)

## APÊNDICE- Respostas aos questionários sobre os indicadores de qualidade

UESB NOTÍCIAS
<b>Universalidade</b>
O programa telejornalístico é exibido em plataformas gratuitas? Sim, o conteúdo é disponibilizado na TV aberta.
As edições do programa são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo? Sim, eles estão disponíveis no canal da emissora no YouTube.
Há interpretação ou tradução para Libras? No programa telejornalístico analisado não há esse recurso.
Há audiodescrição? Não há esse recurso no conteúdo jornalístico.
<b>Diversidade</b>
Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias? A partir da análise da semana composta nota-se que, assim como nos veículos comerciais, os pontos de vista representados pelo telejornalismo são, em sua maioria, os de grupos privilegiados no meio comunicacional, especialistas e representantes do poder público. O que diferencia um pouco a produção foi a abertura para fontes como representantes de movimentos sociais e sindicalistas, e para a maior participação de professores da UESB.
O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente? O conteúdo parece ter como foco a impessoalidade. Já em relação à independência, não foi possível atestar qualquer característica que aponte para o contrário.
A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão? Os assuntos tratados em matérias, notas e entrevistas apontam para a intenção de debater temas ligados à efetivação de direitos, como nos casos da reportagem sobre a

<p>pobreza menstrual e nas entrevistas sobre precatórios e sobre o telejornalismo da emissora, que destacou a importância da comunicação pública.</p>
<p>As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?</p> <p>O período analisado mostrou-se restrito para atestar ou refutar a representação dessa diversidade.</p>
<p>Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?</p> <p>Por meio do escopo analisado não foi possível confirmar a presença dessa diversidade no conteúdo; por meio dele nota-se apenas a presença de homens e mulheres negras como fontes.</p>
<p>A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?</p> <p>As edições analisadas foram suficientes apenas para apontar que há diversidade étnica, pois há a presença de um apresentador negro e de repórteres que refletem a diversidade racial da região.</p>
<p><b>Estilo Cidadão</b></p>
<p>A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?</p> <p>Por meio de sua linha editorial, o telejornal se posiciona como sujeito ativo no fortalecimento do direito à comunicação.</p>
<p>A linguagem utilizada é de fácil compreensão?</p> <p>Sim, o conteúdo divulgado tem linguagem simples.</p>
<p>As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?</p> <p>Em partes sim, principalmente quando são tratadas em entrevistas de estúdio ou em <i>links</i> externos. No entanto, as reportagens acabam seguindo a mesma lógica do telejornalismo comercial de elencar informações rápidas e superficiais por meio da colagem de narração e sonoras.</p>
<p>O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?</p> <p>Nas cinco edições analisadas falta contextualização de alguns assuntos por meio de conteúdo adicional, já que as matérias são mais expositivas que explicativas.</p>

<p>Há espaço para utilidade pública?</p> <p>Sim, há a divulgação de assuntos essenciais para a comunidade local e a abordagem mais aprofundada de temas de relevância.</p>
<p><b>Atitude Inovadora</b></p>
<p>A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A linguagem se aproxima muito do modelo comercial.</p>
<p>A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A estética também se mantém próxima ao modelo que se tornou padrão do telejornalismo brasileiro.</p>
<p>O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?</p> <p>Em certa medida sim, já que as reportagens e quadros têm duração semelhante ao padrão do conteúdo comercial. Por outro lado, há abertura para conteúdos com maior duração, como as entrevistas de estúdio.</p>
<p>Há espaço para novos formatos?</p> <p>Não foi possível identificar novos formatos.</p>
<p>São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?</p> <p>Também não foi possível identificar recursos inovadores.</p>
<p>A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?</p> <p>Sim, pois a emissora surgiu para atender às necessidades laboratoriais do curso de jornalismo e porque os estudantes de comunicação podem atuar como estagiários.</p>
<p><b>Inclusão</b></p>
<p>As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?</p> <p>Não foi possível atestar essa presença.</p>
<p>Os espectadores são estimulados a participar?</p>

Não foi encontrado nenhum estímulo à participação, nem sequer divulgação de canais de interação durante o telejornal.

Existem formas de interação do público nos noticiários?

Não foi possível identificar esses canais no conteúdo do telejornal, pois a divulgação deles ocorre apenas no intervalo.

Os cidadãos podem participar da produção de conteúdo?

Não foi possível atestar essa participação.

A comunidade universitária pode participar da produção de conteúdo?

A participação da comunidade universitária se restringe ao trabalho dos estagiários.

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão da produção, como conselhos?

Não foi possível atestar esses mecanismos.

## JORNAL DA UFU

### **Universalidade**

O programa telejornalístico é exibido em plataformas gratuitas?

Sim, a programação é exibida em sinal aberto.

As edições do programa são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Sim, o telejornal é postado regularmente no canal da emissora no YouTube.

Há interpretação ou tradução para Libras?

Sim, todas as edições do programa contam com intérpretes para Libras.

Há audiodescrição?

No telejornal não há esse recurso.

### **Diversidade**

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

A partir da análise das edições selecionadas nota-se que os pontos de vista apresentados são, em sua maioria, os de grupos privilegiados no meio comunicacional, como representantes do poder público. Por outro lado, há participação qualificada de pesquisadores da universidade.

O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente?

A impessoalidade parece ser o foco da produção. Já em relação à independência, não foi possível atestar qualquer característica que aponte para o contrário.

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

O programa valoriza o debate de assuntos relevantes para a efetivação de direitos e promoção da cidadania, principalmente nas entrevistas temáticas. Como exemplo podemos citar a abordagem em profundidade de temas relacionados à saúde, como Covid-19 e câncer de mama e de próstata, e à educação, como o Enem.

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

<p>Não foi possível atestar ou refutar que o conteúdo exibido reflita essa diversidade.</p>
<p>Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?</p> <p>Por meio do escopo analisado não foi possível confirmar a presença dessa diversidade no conteúdo.</p>
<p>A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?</p> <p>Não foi possível atestar ou refutar tal escolha por meio da análise das cinco edições selecionadas.</p>
<p><b>Estilo Cidadão</b></p>
<p>A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?</p> <p>Pelas características encontradas no telejornal, pode-se afirmar que a linha editorial busca fortalecer o direito à comunicação ao debater temáticas de relevância.</p>
<p>A linguagem utilizada é de fácil compreensão?</p> <p>Sim, o conteúdo divulgado tem linguagem simples.</p>
<p>As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?</p> <p>Sim, os temas são tratados de maneira aprofundada nas entrevistas de estúdio e podem ser debatidos durante um tempo que dificilmente é dado aos entrevistados nos telejornais comerciais.</p>
<p>O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?</p> <p>Apesar das matérias serem mais expositivas que explicativas, a contextualização dos fatos se dá nas entrevistas ao vivo no estúdio.</p>
<p>Há espaço para utilidade pública?</p> <p>Sim, pois há a divulgação de assuntos essenciais para moradores da cidade e de eventos que ocorrem na região, além de exposição de temáticas relevantes para a sociedade.</p>
<p><b>Atitude Inovadora</b></p>
<p>A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?</p>

<p>A linguagem se aproxima muito do modelo comercial, mas busca se afastar um pouco dele ao incluir uma entrevista temática ao vivo em estúdio em todas as edições.</p>
<p>A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A estética também se mantém próxima ao que se tornou padrão do telejornalismo brasileiro.</p>
<p>O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?</p> <p>A maioria dos conteúdos é produzida sob a lógica da agilidade, mas no momento da entrevista é dedicado mais tempo a assuntos vistos como relevantes.</p>
<p>Há espaço para novos formatos?</p> <p>Não foi possível identificar novos formatos, uma vez que o formato adotado é um adaptação do modelo seguido pela emissora cabeça de rede.</p>
<p>São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?</p> <p>Também não foi possível identificar esses recursos.</p>
<p>A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?</p> <p>Sim, pois os estudantes de comunicação podem atuar como estagiários e os estúdios da TV são usados como laboratórios.</p>
<p><b>Inclusão</b></p>
<p>As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?</p> <p>Não foi possível atestar essa presença.</p>
<p>Os espectadores são estimulados a participar?</p> <p>Não foi encontrado nenhum estímulo à participação, nem sequer divulgação de canais de interação durante a exibição do telejornal.</p>
<p>Existem formas de interação do público nos noticiários?</p> <p>Não foi possível identificar esses canais apenas assistindo ao conteúdo.</p>

Os cidadãos podem participar da produção de conteúdo?

Não foi possível atestar essa participação.

A comunidade universitária pode participar da produção de conteúdo?

Além da presença dos estagiários na equipe de produção de conteúdo, há a presença de professores da universidade no conselho curador da emissora.

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão da produção, como conselhos?

Sim, pois a emissora conta com um conselho curador.

## CÂMERA ABERTA

### **Universalidade**

O programa telejornalístico é exibido em plataformas gratuitas?

Sim, o conteúdo é disponibilizado na TV aberta.

As edições do programa são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Não foi possível encontrar as edições do telejornal na íntegra no canal da emissora no YouTube a partir do segundo semestre de 2021.

Há interpretação ou tradução para Libras?

Não há interpretação para Libras no telejornal.

Há audiodescrição?

Não há esse recurso no conteúdo jornalístico.

### **Diversidade**

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

A partir da análise da semana composta nota-se que, assim como nos veículos comerciais, os pontos de vista representados pelo telejornalismo são os de grupos privilegiados no meio comunicacional, como representantes do poder público.

O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente?

O conteúdo é impessoal. Já em relação à independência, não foi possível atestar qualquer característica que aponte para o contrário.

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

A produção se mostra preocupada com os temas ao tratar de assuntos de relevância para a vida em sociedade. Por outro lado, aborda assuntos complexos sem a devida contextualização, como é o caso da violência urbana e pobreza menstrual.

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

<p>Durante o período analisado não foi possível notar a representação dessa diversidade e notou-se apenas que, em relação à diversidade religiosa, houve prevalência da cobertura de eventos religiosos católicos.</p>
<p>Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?</p> <p>Não foi possível encontrar essa diversidade no conteúdo, já que a grande maioria das fontes estava ligada aos órgãos oficiais.</p>
<p>A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?</p> <p>Por meio do escopo analisado não é possível constatar a escolha de profissionais para refletir essa diversidade.</p>
<p><b>Estilo Cidadão</b></p>
<p>A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?</p> <p>Essa preocupação se mostra presente na cobertura factual de uma gama variada de temáticas regionais e na inserção de quadros explicativos, principalmente sobre saúde, o que demonstra o interesse em aprofundar as temáticas tratadas.</p>
<p>A linguagem utilizada é de fácil compreensão?</p> <p>Sim, o conteúdo divulgado tem linguagem simples.</p>
<p>As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?</p> <p>Há pequenas mostras de aprofundamento das temáticas, como pode ser notado nos quadros sobre saúde e mercado de trabalho, mas a maioria do conteúdo segue a lógica da agilidade e superficialidade do telejornalismo padrão.</p>
<p>O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?</p> <p>Não foi possível encontrar tentativas evidentes de contextualizar os fatos com informações adicionais nas reportagens exibidas, mas há certa contextualização nos quadros especiais.</p>
<p>Há espaço para utilidade pública?</p> <p>Sim, pois há a divulgação de assuntos essenciais para moradores das cidades onde o conteúdo é exibido e informações explicativas sobre saúde e mercado profissional.</p>
<p><b>Atitude Inovadora</b></p>

<p>A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A linguagem é idêntica ao modelo comercial.</p>
<p>A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A estética também se mantém próxima ao que se tornou padrão do telejornalismo brasileiro.</p>
<p>O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?</p> <p>Sim, pois o conteúdo é estruturado de maneira curta e fragmentada.</p>
<p>Há espaço para novos formatos?</p> <p>Não foi possível identificar novos formatos.</p>
<p>São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?</p> <p>Também não foi possível identificar recursos inovadores.</p>
<p>A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?</p> <p>Sim, pois os estudantes de comunicação podem atuar como estagiários e a estrutura da emissora atende às necessidades laboratoriais dos estudantes do curso de jornalismo.</p>
<p><b>Inclusão</b></p>
<p>As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?</p> <p>Não é possível atestar esse protagonismo.</p>
<p>Os espectadores são estimulados a participar?</p> <p>Não foi encontrado nenhum estímulo à participação, nem sequer divulgação de canais de interação.</p>
<p>Existem formas de interação do público nos noticiários?</p> <p>Não foi possível identificar esses canais apenas assistindo ao conteúdo.</p>
<p>Os cidadãos podem participar da produção de conteúdo?</p>

Não foi possível atestar essa participação.

A comunidade universitária pode participar da produção de conteúdo?

A participação da comunidade universitária parece se restringir ao trabalho dos estagiários.

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão da produção, como conselhos?

Não foi possível atestar esses mecanismos.

## BRASIL EM QUESTÃO

### Universalidade

Os programas telejornalísticos são exibidos em plataformas gratuitas?

Não, pois não há transmissão em TV aberta.

As edições dos telejornais são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Sim, todo o conteúdo está disponível no canal da emissora no YouTube.

Há interpretação ou tradução para Libras?

Não foi possível encontrar esse recurso.

Há audiodescrição?

Também não foi possível encontrar esse recurso de acessibilidade.

### Diversidade

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

As fontes convidadas falam a partir de uma perspectiva mais próxima aos ideais da emissora, de defesa dos direitos fundamentais e da democracia.

O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente?

O conteúdo pode ser considerado impessoal. Já em relação à independência, não foi possível atestar qualquer característica que aponte para o contrário.

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

Sim, a linha editorial do conteúdo jornalístico demonstra preocupação com esses conceitos.

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

Durante o período analisado não foi possível atestar ou refutar a representação dessa diversidade, mas fez-se notar que há uma equidade de gênero entre as fontes entrevistadas.

<p>Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?</p> <p>O escopo mostrou-se limitado para confirmar a presença dessa diversidade no conteúdo, sendo possível apontar somente a equidade de gênero.</p>
<p>A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?</p> <p>Assim como o que foi respondido anteriormente, não é possível constatar a escolha de profissionais que reflita os diferentes grupos sociais.</p>
<p><b>Estilo Cidadão</b></p>
<p>A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?</p> <p>A preocupação com o fortalecimento desse direito aparece já na definição do programa e persiste nos temas escolhidos para serem debatidos.</p>
<p>A linguagem utilizada é de fácil compreensão?</p> <p>Em decorrência da participação de especialistas ligados à universidade o conteúdo, muitas vezes, pode ser inacessível ao público que não faz parte dessa comunidade.</p>
<p>As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?</p> <p>Os conteúdos são tratados de forma aprofundada, mas, por causa da complexidade dos assuntos abordados, falta uma abordagem mais explicativa sobre os temas tratados, que possa ampliar a possibilidade de entendimento.</p>
<p>O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?</p> <p>Há contextualização dos fatos durante os debates, por meio dos conceitos científicos trazidos pelos especialistas.</p>
<p>Há espaço para utilidade pública?</p> <p>Os assuntos debatidos podem ser considerados de utilidade pública.</p>
<p><b>Atitude Inovadora</b></p>
<p>A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A linguagem repete os padrões comerciais ao mesmo tempo que se afasta deles, em certa medida, ao permitir uma discussão aprofundada dos assuntos a partir do conhecimento produzido pela academia.</p>

<p>A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>Em relação à enquadramentos, planos e identidade visual, a estética se mantém próxima ao que se tornou padrão do telejornalismo brasileiro.</p>
<p>O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?</p> <p>Não, pois há mais tempo para que os entrevistados desenvolvam seus pontos de vista do que na cobertura jornalística tradicional.</p>
<p>Há espaço para novos formatos?</p> <p>Não foi possível identificar formatos novos.</p>
<p>São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?</p> <p>Também não foi possível identificar recursos inovadores.</p>
<p>A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?</p> <p>Sim, pois a emissora recebe estudantes dos cursos de comunicação social para estágio obrigatório.</p>
<p><b>Inclusão</b></p>
<p>As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?</p> <p>Não foi possível atestar essa presença.</p>
<p>Os espectadores são estimulados a participar?</p> <p>Não foi encontrado estímulo à participação, nem divulgação de canais de interação.</p>
<p>Existem formas de interação do público nos noticiários?</p> <p>Não foi possível identificar a divulgação desses canais apenas assistindo ao conteúdo.</p>
<p>Os cidadãos podem participar da produção de conteúdo?</p> <p>Não foi possível atestar essa participação.</p>
<p>A comunidade universitária pode participar da produção de conteúdo?</p> <p>Sim, mas a participação se dá apenas por meio do estágio obrigatório.</p>

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão da produção, como conselhos?

A comunidade participa dessa gestão pois há membros externos à emissora no conselho consultivo, recém implantado.

## EM PAUTA

### Universalidade

Os programas telejornalísticos são exibidos em plataformas gratuitas?

Sim, a programação é exibida em sinal aberto.

As edições dos telejornais são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Sim, todo o conteúdo está disponível no canal da emissora no YouTube.

Há interpretação ou tradução para Libras?

Não foi possível encontrar esse recurso.

Há audiodescrição?

Também não foi possível encontrar esse recurso de acessibilidade.

### Diversidade

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

O programa privilegia o ponto de vista das fontes da academia.

O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente?

O conteúdo pode ser considerado impessoal. Já em relação à independência, não foi possível atestar qualquer característica que aponte para o contrário.

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

Sim, a linha editorial do conteúdo jornalístico demonstra preocupação com esses conceitos a partir do momento que debate temas de relevância.

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

Durante o período analisado não foi possível atestar ou refutar a representação dessa diversidade, mas fez-se notar que há uma equidade de gênero, tanto entre as fontes entrevistadas quanto entre os profissionais que trabalham na produção.

Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?

<p>O escopo mostrou-se limitado para confirmar a presença dessa diversidade no conteúdo, sendo possível apontar somente a equidade de gênero.</p>
<p>A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?</p> <p>Assim como o que foi respondido anteriormente, não é possível constatar a escolha de profissionais que reflita os diferentes grupos sociais, mas foi possível encontrar preocupação entre a participação igualitária de profissionais de ambos os gêneros em todas as edições analisadas.</p>
<p><b>Estilo Cidadão</b></p>
<p>A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?</p> <p>Essa preocupação fica evidente na escolha das temáticas a serem debatidas, que são relevantes para a vida em sociedade e ampliam o entendimento sobre diferentes assuntos.</p>
<p>A linguagem utilizada é de fácil compreensão?</p> <p>Em decorrência da participação de especialistas ligados à universidade o conteúdo, muitas vezes, pode ser inacessível ao público que não faz parte dessa comunidade.</p>
<p>As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?</p> <p>Os conteúdos são tratados de forma aprofundada, mas, em decorrência da complexidade dos assuntos abordados, falta uma abordagem mais explicativa.</p>
<p>O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?</p> <p>Há contextualização dos fatos durante os debates, por meio dos conceitos científicos trazidos pelos especialistas e das informações abordadas por outros participantes por meio de vídeos.</p>
<p>Há espaço para utilidade pública?</p> <p>Os assuntos debatidos podem ser considerados de utilidade pública.</p>
<p><b>Atitude Inovadora</b></p>
<p>A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?</p>

<p>A linguagem repete os padrões estéticos, mas se afasta deles ao permitir uma discussão aprofundada dos assuntos a partir do conhecimento produzido pela academia.</p>
<p>A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A estética se mantém próxima ao que se tornou padrão do telejornalismo brasileiro.</p>
<p>O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?</p> <p>Não, pois há mais tempo para que os entrevistados desenvolvam seus pontos de vista.</p>
<p>Há espaço para novos formatos?</p> <p>Não foi possível identificar novos formatos.</p>
<p>São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?</p> <p>Também não foi possível identificar recursos inovadores.</p>
<p>A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?</p> <p>Sim, pois a emissora surgiu como uma televisão-escola para estudantes de graduação nas áreas de cinegrafia, edição e produção jornalística.</p>
<p><b>Inclusão</b></p>
<p>As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?</p> <p>Não foi possível atestar essa presença.</p>
<p>Os espectadores são estimulados a participar?</p> <p>Não foi encontrado nenhum estímulo à participação, nem sequer divulgação de canais de interação.</p>
<p>Existem formas de interação do público nos noticiários?</p> <p>Não foi possível identificar esses canais apenas assistindo ao conteúdo.</p>
<p>Os cidadãos podem participar também da produção de conteúdo?</p> <p>Não foi possível atestar essa participação.</p>

A comunidade universitária pode participar também da produção de conteúdo?

Também não foi possível atestar essa participação.

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão do telejornalismo, como conselhos?

Nenhum mecanismo como esse foi identificado.

## OPINIÃO PERNAMBUCO

### Universalidade

O programa telejornalístico é exibido em plataformas gratuitas?

Sim, a programação é exibida em sinal aberto.

As edições dos telejornais são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Sim, todo o conteúdo está disponível no canal da emissora no YouTube.

Há interpretação ou tradução para Libras?

Não foi possível encontrar esse recurso.

Há audiodescrição?

Também não foi possível encontrar esse recurso de acessibilidade.

### Diversidade

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

São escolhidos como fontes membros da academia e pessoas ligadas a movimentos da sociedade civil organizada, que falam a partir de uma perspectiva mais próxima aos ideais da emissora, de defesa dos direitos fundamentais e da democracia.

O jornalismo pode ser considerado impessoal e independente?

O conteúdo pode ser considerado impessoal. Já em relação à independência, não foi possível atestar qualquer característica que aponte para o contrário.

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

Sim, a linha editorial do conteúdo jornalístico demonstra preocupação com esses conceitos.

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

Durante o período analisado não foi possível atestar ou refutar a representação dessa diversidade, pois nenhum dos temas debatidos tratou diretamente de assuntos ligados à representação dessa diversidade.

Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?

O escopo mostrou-se limitado para confirmar a presença dessa diversidade no conteúdo, sendo possível apontar somente que houve participação de pessoas negras como fontes.

A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?

Assim como o que foi respondido anteriormente, não é possível constatar a escolha de profissionais que reflita os diferentes grupos sociais.

### **Estilo Cidadão**

A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?

Essa preocupação evidente na escolha das temáticas a serem debatidas, que são relevantes para a vida em sociedade e ampliam o entendimento sobre diferentes assuntos.

A linguagem utilizada é de fácil compreensão?

Em decorrência da participação de especialistas ligados à universidade o conteúdo, muitas vezes, pode ser inacessível ao público que não faz parte dessa comunidade .

As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?

Os conteúdos são tratados de forma aprofundada, mas, por causa da complexidade dos assuntos abordados, falta uma abordagem mais explicativa.

O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos?

Há contextualização dos fatos durante os debates, por meio dos conceitos trazidos pelos especialistas.

Há espaço para utilidade pública?

Os assuntos debatidos podem ser considerados de utilidade pública.

### **Atitude Inovadora**

A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?

<p>A linguagem repete os padrões estéticos, mas se afasta deles ao permitir uma discussão aprofundada dos assuntos a partir do conhecimento produzido pela academia.</p>
<p>A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?</p> <p>A estética se mantém próxima ao que se tornou padrão do telejornalismo brasileiro.</p>
<p>O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?</p> <p>Não, pois há mais tempo para que os entrevistados desenvolvam seus pontos de vista.</p>
<p>Há espaço para novos formatos?</p> <p>Não foi possível identificar novos formatos.</p>
<p>São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?</p> <p>Também não foi possível identificar recursos inovadores.</p>
<p>A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?</p> <p>Sim, pois os estudantes de graduação podem participar como bolsistas.</p>
<p><b>Inclusão</b></p>
<p>As comunidades que sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?</p> <p>A presença da comunidade pode ser percebida por meio da participação de representantes de diferentes entidades na escolha dos temas a serem debatidos.</p>
<p>Os espectadores são estimulados a participar?</p> <p>Não foi encontrado nenhum estímulo à participação, nem sequer divulgação de canais de interação.</p>
<p>Existem formas de interação do público nos noticiários?</p> <p>Não foi possível identificar esses canais apenas assistindo ao conteúdo.</p>
<p>Os cidadãos podem participar da produção de conteúdo?</p>

A participação se deu por meio da possibilidade de representantes da sociedade civil organizada de opinar sobre os temas a serem debatidos.

A comunidade universitária pode participar da produção de conteúdo?

Sim, os estudantes podem participar da produção como bolsistas e também há um conselho editorial em que a comunidade pode participar.

Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão da produção, conselhos?

Pode-se interpretar o conselho editorial como um desses mecanismos.