

**TVs UNIVERSITÁRIAS E A PRÁTICA DO JORNALISMO PÚBLICO: A TVU DA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS**

por

Michelle Fabiene Pires Ferreira

(Aluna do Curso de Comunicação Social)

Monografia apresentada à Banca
Examinadora na disciplina
Projeto Experimental II.
Orientadora Acadêmica: Prof^a
Dra. Iluska Maria da Silva
Coutinho.

Agradecimentos:

Ao meu pai, que, mesmo estando ausente por não ter a opção de deixar seus pacientes em segundo plano, sempre me incentivou a ir em frente. À minha mãe, por atender a todos os meus chamados nas horas de angústia e dificuldades.

Ao meu irmão, que me ensinou a ler aos quatro anos de idade e nem sabia que este seria um dos maiores gostos da minha vida. Ao meu sobrinho, por ter trazido a doçura das crianças à minha vida.

Ao meu avô, por quebrar mil galhos enquanto estava enrolada com os meus estudos. Às minhas avós, que não puderam me "estragar" como fazem todas as avós do mundo, mas que me acolheram sem distinção nos últimos quatro anos.

Às minha tias, pelas refeições, desabafos e companheirismo. Aos tios, pelos ensinamentos de mecânica, o socorro prestado na hora dos pneus furados, falta de água no radiador.

Aos amigos pelos momentos prazerosos que passamos juntos. Aos colegas de sala, pelo aprendizado em conjunto.

À equipe da TV Universitária da UFLA, pela atenção, auxílio e colaboração na realização deste projeto.

A Deus, por ter manifestado sua existência durante a concretização deste sonho.

Para Ana Paula e Tia Cátia,
grandes lições de vida.

S I N O P S E

Análise sobre o potencial das TVs Universitárias como espaço destinado ao desenvolvimento do Jornalismo Público no Brasil. Estudo de caso do telejornal *Universitária Notícias* da TVU da Universidade Federal de Lavras.

S U M Á R I O

| | | |
|-------|--|--------|
| 1 | INTRODUÇÃO..... | pág.07 |
| 2 | JORNALISMO PÚBLICO..... | pág.12 |
| 2.1 | Jornalismo e Espaço Público..... | pág.13 |
| 2.2 | Surgimento do Jornalismo Público..... | pág.18 |
| 2.3 | Características do Jornalismo Público..... | pág.20 |
| 2.4 | O Jornalismo Público no Brasil..... | pág.24 |
| 2.4.1 | Jornalismo Público na TV Cultura..... | pág.28 |
| 2.4.2 | A Rede Minas..... | pág.30 |
| 3 | TVs UNIVERSITÁRIAS: JORNALISMO INDEPENDENTE? | pág.32 |
| 3.1 | Mas, afinal, o que são TVs Universitárias? | pág.34 |
| 3.2 | Elementos ameaçadores..... | pág.40 |
| 3.2.1 | Programação..... | pág.40 |
| 3.2.2 | Institucionalização..... | pág.43 |
| 3.2.3 | Financiamento..... | pág.45 |
| 3.2.4 | Legislação..... | pág.47 |
| 3.2.5 | Geopolítica..... | pág.50 |
| 4 | ANÁLISE DO TELEJORNALISMO DA TVU..... | pág.52 |
| 4.1 | Metodologia..... | pág.52 |
| 4.2 | A TVU..... | pág.54 |
| 4.3 | Programação..... | pág.56 |
| 4.4 | O telejornalismo da TVU..... | pág.60 |

| | |
|--|--------|
| 4.5 A presença do Jornalismo Público no telejornalismo da TVU..... | pág.70 |
| 5 CONCLUSÃO..... | pág.77 |
| 6 REFERÊNCIAS..... | pág.82 |
| 7 ANEXOS..... | pág.85 |

1 INTRODUÇÃO

Pesquisas realizadas nos Estados Unidos pela revista *Editor & Publisher* e pelo *Pew Research Center for the People and the Press*, na década de 90, apontavam que os americanos se encontravam muito mais satisfeitos com a qualidade dos anúncios publicitários encontrados em seus jornais diários do que com a qualidade das informações jornalísticas. Além disso, para 63% dos receptores, "com freqüência" as notícias se apresentavam como inexatas; e apenas 21% outorgavam "ampla credibilidade" aos meios de comunicação. Esse quadro caracteriza um dos momentos mais críticos da história do jornalismo americano.

Não surpreende, portanto, o fato de, na mesma década de 90, ter surgido um movimento jornalístico voltado para os interesses e necessidades da comunidade, cujo envolvimento com a vida pública estava corroído. Denominada Jornalismo Público, a nova proposta tem como objetivo reintegrar os cidadãos à vida democrática, através do exercício de um jornalismo de interesse público, e não "do público". São agregados aos valores-notícias tradicionais cuidados em oferecer aos cidadãos elementos de análise da conjuntura apresentada, orientação ao público e possíveis soluções para o problema em questão.

Os teóricos do Jornalismo Público defendem que a imprensa deve exercer um papel muito mais ativo do que aquele que vem

desempenhando em relação ao funcionamento da Democracia. Defendem que as informações genuínas surgem, não no distanciamento (*detachment*), praticado pelos jornalistas tradicionais; mas sim na aproximação dos interesses da comunidade e na criação de mecanismos comunicativos que propiciem a participação cidadã no debate comunitário sobre esses mesmos interesses. O jornalismo perde sua função pública se, aos receptores, não interessar serem cidadãos. E cabe aos jornalistas deixar de levar a esses leitores um mero produto e começar a levar uma informação que voltará a conectá-los aos assuntos públicos e à vida comunitária.

No Brasil, esta modalidade de jornalismo tem sido praticada, declaradamente, pelas redes públicas de televisão. É o caso, por exemplo, da Rede Minas de Televisão, em Belo Horizonte, e da TV Cultura, em São Paulo, que, após optarem pela prática do Jornalismo Público, lançaram seus próprios Manuais de Jornalismo Público. No entanto, a forma de financiamento destas emissoras, dependentes do capital do estado para se manterem, muitas vezes compromete a imparcialidade defendida pelo movimento. O fato de o Jornalismo Público ser praticado apenas nos canais pertencentes ao governo faz com que sejam produzidas reportagens que, muitas vezes, se confundem com matérias institucionais, onde são mostradas viagens dos governadores, assinaturas de convênios e inauguração de projetos.

Jornalismo Público, portanto, não se refere às atividades de comunicação procedentes dos órgãos públicos, estatais. Também não se trata de um jornalismo arraigado às leis do mercado, que regem as políticas editoriais das empresas jornalísticas. O Jornalismo Público é uma terceira via entre o jornalismo realizado dentro das TVs comerciais e estatais, ainda que ele possa, e deva, ser praticado também nesses dois espaços.

Como alternativa, as TVs Universitárias surgem como emissoras potenciais para a prática do Jornalismo Público. Um dos principais fatores é a forma autônoma de financiamento, que independe do poder mercadológico e do governo. Enquanto não surge uma legislação própria que verse sobre a origem da verba de fomento destes canais, as TVs Universitárias se mantêm com os próprios recursos da Universidade ou Instituição de Ensino Superior às quais estão vinculadas e com verbas advindas de apoios culturais.

Outra proposta já praticada por esse tipo de emissora, e que aumenta a potencialidade de uma TV Universitária aderir ao Jornalismo Público é a regionalização. Uma vez que a área de abrangência da emissora é restrita aos municípios que alocam a universidade produtora do conteúdo televisivo, a aproximação com a comunidade é muito maior. Isto facilita a apreensão das necessidades de informação do público receptor das mensagens audiovisuais. Portanto, a TV Universitária, em tese,

conseguiria colocar em debate uma maior diversidade de assuntos de interesse comum daquela população.

Para conhecer a realidade de uma TV Universitária, e verificar se na prática toda esta teoria se aplica, fez-se necessário uma pesquisa de campo. A emissora escolhida foi a TV Universitária da Universidade Federal de Lavras, TVU, na região Sul de Minas Gerais, por se tratar de uma instituição que, mesmo não possuindo um curso de graduação em Comunicação Social, há seis anos mantém no ar um canal universitário que, segundo seus diretores, prima pelos temas de interesse da comunidade.

Mesmo sem conhecer os princípios defendidos pelo Jornalismo Público, será que esses profissionais o exercem no dia-a-dia, mesmo que intuitivamente? Quais são as reais condições e as barreiras impostas aos profissionais de uma TV Universitária que os motivem ou os impeçam de praticar o Jornalismo Público? Estes são alguns dos questionamentos feitos durante a fase de pesquisa de campo e que serão abordados no desenvolvimento deste trabalho.

O segundo capítulo desta monografia se destina a uma discussão teórica sobre a relação entre o jornalismo e o espaço público, entre a crise da democracia, do jornalismo praticado nos veículos de comunicação de massa e o surgimento do Jornalismo Público, além das características, peculiaridades do modelo brasileiro e, ainda, um breve relato

sobre as experiências do Jornalismo Público na TV Cultura, de São Paulo, e na Rede Minas, de Belo Horizonte.

No capítulo reservado à discussão sobre as TVs Universitárias, expusemos algumas argumentações sobre as formas de apropriação destes canais pelas próprias universidades, fatores determinantes para delimitar se estas emissoras possuem realmente potencial para inserir o Jornalismo Público dentro de seus telejornais.

No capítulo quarto, apresentamos a estrutura da TVU, seu funcionamento, programação bem como adentramos na parte empírica deste projeto. Serão analisados, a partir de uma técnica quali-quantitativa, os telejornais da TVU, bem como a existência de características pertinentes ao Jornalismo Público e, ainda, a relação de seus diretores e produtores com essa prática.

2 JORNALISMO PÚBLICO

Com o término da 2ª Guerra Mundial, na segunda metade do século XX, seguida do colapso dos países comunistas e o fim das ditaduras nos países em desenvolvimento, o mundo passou a ser regido, aparentemente, por três acordos básicos: no âmbito da política, temos a democracia parlamentar; na esfera produtiva, a economia de mercado; e no campo das relações entre os países, o fenômeno da globalização. Dentro do processo de comunicação de massa, esta lógica também se instaurou. Neste cenário, a televisão também tem se desenvolvido dentro destas três condições: democracia, economia de mercado e mundialização.

A TV se tornou um dos veículos de comunicação mais democráticos do mundo, estando acessível a toda a população por preços cada vez mais baixos. Isso significa que, somente no Brasil, ela está presente em 96% dos lares brasileiros e tem sido a principal fonte de informação, principalmente para a população das classes média e baixa.

No que diz respeito ao fenômeno da globalização, as novas tecnologias contribuíram para que o alcance da TV fosse ampliado. Hoje, através de satélites, é possível veicular um programa brasileiro nas TVs pagas de diversos países dos demais continentes. A Rede Globo, por exemplo, se tornou uma grande exportadora de produtos oriundos da comunicação visual, essencialmente de telenovelas.

Já a influência da economia de mercado sobre as emissoras fez com que estas passassem a ser administradas como empresas, cujo objetivo final, portanto, é o lucro. Este fato tornou a influência dos anunciantes, verdadeiros patrocinadores, mais presente, o que influenciou no teor informativo da programação transmitida aos receptores. Desta forma os programas de entretenimento e jornalísticos apresentam níveis de qualidade cada vez mais baixos.

O atual modelo de televisão encontra-se repleto de críticas, questionamentos, denúncias, reivindicações, protestos e queixas. E todas essas expressões anteriores indicam a existência de um mal estar profundo, de uma crise impossível de ser escondida e a que só querem ignorar os executivos dos meios de comunicação. Dentro deste contexto, está inserida, ainda, uma segunda crise mais abrangente: a degradação da vida pública, que começou a ser considerada inferior a partir da transição para a sociedade de massas.

2.1 Jornalismo e Espaço Público

Desde seu surgimento, o jornalismo esteve ligado à esfera pública, uma vez que deveria cumprir sua função de noticiar tudo aquilo que fosse de interesse público e não da esfera privada. Quando nos referimos a espaço público, estamos apontando para as instituições que atuam na esfera intermediária entre a sociedade civil e o Estado. Este é o

espaço do debate público, onde os cidadãos podem discutir questões polêmicas e de interesse comum, falar e atuar dentro de sua própria perspectiva, e buscar chegar a um consenso para que essas questões debatidas possam ter um encaminhamento.

Situado entre o espaço comum (das ruas, praças e do cotidiano) e o espaço político (o poder decisório), o espaço público funcionaria numa sociedade livre como um parlamento civil mediador da questão e, portanto, de um agendamento dos assuntos de interesse público e do encaminhamento dos mesmos ao Legislativo, ao Judiciário e ao Executivo. (MARTINS, 2003, p.6).

É neste espaço onde são discutidas as questões democráticas em seus diversos âmbitos. Sendo assim, o espaço público funciona como o coração da democracia, que pressupõe três tipos de direitos: os direitos civis dizem respeito aos direitos básicos, que devem assegurados pelo Estado (saúde, educação, segurança, entre outros); os direitos políticos estão relacionados à capacidade de intervir nas decisões coletivas e no exercício do poder; e os direitos sociais, que estão associados com a distribuição do trabalho e da riqueza. Para Torneró, para que estes direitos e liberdades sejam garantidos, deve ser dada uma série de condições e requisitos substanciais aos cidadãos:

A democracia deve se assentar, em primeiro lugar, sobre um ordenamento jurídico que garanta os direitos e liberdade básicos [...] Em segundo lugar, deve assentar-se na existência de uma sociedade civil sólida e em um clima cultural ativo a favor dos direitos dos cidadãos [...] Em terceiro lugar, uma democracia depende da existência de um espaço público adequado¹ (TORNERO, 2001, p.6).

¹ Tradução livre da autora. *La democracia tiene que asentarse, en primer lugar, en un ordenamiento jurídico que garantice los derechos y libertades básicos [...] En segundo lugar, la democracia debe asentarse en la existencia de una sociedad civil sólida y en un clima cultural activo a*

Desde o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa, a imprensa tornou-se o coração do espaço público, pois ela passou a ser a principal fonte de informação dos cidadãos que, antes deste fenômeno, se agrupavam e interagiam com maior frequência dentro de várias entidades e instituições, como os partidos políticos, fábricas, locais de trabalho e, ainda, nas praças e cafés, com o objetivo de trocarem informações e discutirem acerca dos temas de interesse comum e formarem suas opiniões próprias. Essa compreensão de espaço público surge em Habermas, apropriado por Teijeiro (2000). Exemplo disso é a transformação do político em vídeo-político dentro do espaço televisivo. Os discursos passaram a ser transmitidos em rede nacional e o contato entre candidatos e eleitores por meio de comícios tem ficado cada vez menos intenso.

O surgimento da televisão transformou profundamente a forma de relacionamento recíproco entre as pessoas e o relacionamento destas com os assuntos públicos. Os atores sociais passaram a acompanhar os acontecimentos de dentro de suas casas, relatados por jornalistas em matérias selecionadas por seus editores segundo a percepção de cada um deles sobre o que era de interesse público. Desta forma, a qualidade da imprensa e da vida pública estão intimamente relacionadas, como explica Teijeiro.

A imprensa é um dos colaboradores da nossa vida nacional. Sofre quando se deteriora a qualidade da vida pública. E quando se deteriora a qualidade do

favor de los derechos de los ciudadanos [...] En tercer lugar, una democracia depende de la existencia de una esfera pública adecuada.

desempenho da imprensa - como tem ocorrido nos anos recentes - também sofre a vida pública² (TEIJEIRO, 2002, p. 222).

Para Tornero, as principais mudanças advindas com a hegemonia da televisão se relacionam à alteração da importância dada aos temas da vida social pela opinião pública, ao tratamento dado às notícias pelo telejornalismo e à representação da vida social, que passou a se basear nos interesses das TVs como empresas jornalísticas.

Em primeiro lugar, a atenção dada pela opinião pública aos temas da vida social se dá de acordo com a maneira e com a influência impostas pelo sistema televisivo [...] Em segundo lugar, o tratamento que recebem os temas abordados pela televisão não respondem, em geral, às condições de uma deliberação racional e um debate plural. [...] Em terceiro lugar, a representação da vida social realizada pela televisão se dá em função dos interesses básicos que possui como indústria [...]. Tende a respeitar as hierarquias os poderes e, muitas vezes, oculta as relações de prepotência e exploração existentes [...] cumprindo uma função conservadora e protetora do *status quo*³. (TORNERO, 2001, p. 9-11).

Dentre os teóricos da comunicação, uma corrente crítica muito acentuada sobre a televisão atual a responsabiliza pela desafeição dos cidadãos em relação à esfera pública em geral, pela deterioração do discurso político - cada vez mais

² Tradução livre da autora. *La prensa es uno de los participantes en nuestra vida nacional. Sufre cuando se deteriora la calidad de la vida pública. Y cuando se deteriora la calidad Del desempeño de la prensa - como há ocurrido em años recientes - también sufre la vida pública.*

³ Tradução livre da autora. *Em primer lugar, la atención que la opinión pública presta a los temas de la vida social se hace según el modo e influencia impuesto por el sistema televisivo [...] Em segundo lugar, el tratamiento que reciben los temas que aborda la televisión no responde, em general, as condiciones de una deliberación racional y de um debate plural [...] Em tercer lugar, la representación de la vida social que realiza la televisión se hace em función de los intereses básicos que posee como industria [...] Tiende a respetar las jerarquías, los poderes, y, muchas veces, oculta las relaciones de prepotencia y explotación existentes [...] cumple una función conservadore e protectora del satus quo.*

simplista, banal e compulsivo, conduzido pelo tempo limitado nos períodos de campanha eleitoral - pelo declínio da participação cidadã e, principalmente, pelo declive acentuado nos níveis de educação e pelo empobrecimento da informação veiculada, quase sempre reducionista e não reflexiva, devido aos prazos apertados dos *dead-lines* das redações de TV.

Contudo, não significa que a crise da esfera pública e a deterioração do discurso televisivo façam parte de uma relação causa-efeito. A televisão não pode ser considerada como causadora da crise democrática pela qual está passando a sociedade, uma vez que, mesmo utilizando um discurso impetrado de críticas, a televisão é o veículo ao qual a maioria da população mundial possui acesso. Não adianta martirizar o veículo e colocar sobre ele toda a culpa da desinformação que teve origem, contraditoriamente, na chamada "era da informação", na qual estamos vivendo.

A insatisfação em relação à produção jornalística marcada pelos interesses econômicos, rapidez e falta de aprofundamento nas notícias fez surgir, na década de 90, um fenômeno conhecido como Jornalismo Público, uma promessa de voltar a conectar os cidadãos aos assuntos da esfera pública por meio de uma mudança na forma de a imprensa trabalhar as notícias.

2.2 Surgimento do Jornalismo Público

Jornalismo Público é um conceito formulado em 1990 nos Estados Unidos por David Merrit, editor-chefe do jornal *Wichita Eagle*, veículo localizado na cidade de Wichita e de maior circulação em todo o estado do Kansas.

Entre outros fatores que contribuíram para a origem desta modalidade de jornalismo, estava o declínio do interesse pela leitura de jornais entre os americanos. Mas os objetivos principais de seu surgimento não estavam ligados a fatores econômicos - queda do faturamento com a diminuição da venda de jornais - mas sim a questões sociais e comunitárias, principalmente à necessidade de motivar os norte-americanos ao voto que, para eles, é facultativo. A luta contra a pobreza, drogas e violência também estavam entre as temáticas originárias do Jornalismo Público.

Enquanto movimento, o Jornalismo Público ganhou força quando encampado, em 1994, pelo Pew Charitable Trust, uma fundação da Filadélfia, fundada em 1948, pelos herdeiros de Newton Pew, proprietário da Sun Oil Company. Esta fundação pretendia financiar projetos de jornalismo que dessem ressonância aos valores da democracia e do comunitarismo, defendidos pelo patriarca da família. Para isso, foi injetada, até 1999, uma verba de US\$ 12 milhões, apesar de alguns precursores, como Merrit, muitas vezes terem recusado a ajuda temendo prejuízos à independência do movimento. Esse impulso financeiro dado pelo berço conservador da indústria norte-

americana é motivo de grandes debates acerca da credibilidade do Jornalismo Público. No entanto, a idéia de que esta categoria possa ser um tanto parcial já está sendo abolida.

Outra polêmica que gira em torno desta prática surge em decorrência da visão tradicional de que o papel dos jornalistas é de investigar os fatos e noticiá-los, terminando aí a sua missão. Contudo, existem profissionais que não estão satisfeitos apenas com essa visão e são estes os que mais se envolvem com a filosofia do Jornalismo Público.

Há jornalistas e empresas jornalísticas, no entanto, que não se contentam em noticiar os fatos. Eles querem também se envolver com a busca de soluções, para isso, criando laços diretos com os cidadãos, com as comunidades e com as suas mobilizações (MARTINS b, 2003, p.51).

Como gênero, o Jornalismo Público ainda não adquiriu o mesmo *status* de outras especializações, como, por exemplo, o Jornalismo Investigativo, o Jornalismo Policial, o Jornalismo Científico e o Jornalismo Econômico. No entanto, a modalidade já encontrou adeptos na imprensa brasileira, como é o caso da TV Cultura de São Paulo e da Rede Minas, de Belo Horizonte que, inclusive, já lançaram seus próprios manuais de Jornalismo Público, como veremos nos tópicos a seguir.

2.3 Características do Jornalismo Público

O Jornalismo Público deve ser entendido não somente como uma nova técnica com pretensões de fazer com que os cidadãos voltem a ser atores da vida pública. Mas como uma travessia filosófica, por supor, também, que os jornalistas devam agir no seio da sociedade como membros responsáveis e serem ativos na vida pública.

Se os jornalistas conceberem que seu único objetivo é proporcionar e interpretar informação - isto é, contar simplesmente a notícia de maneira distanciada - não seremos de ajuda nem para a vida pública nem para nossa própria profissão. Pelo contrário, o jornalismo deve assumir o objetivo adicional de ajudar os cidadãos a se reconectarem com a vida pública, o que significa desenvolver novas ferramentas⁴ (TEIJEIRO, 2000, P.217).

O Jornalismo Público vai mais além ao responder não só à pergunta sobre o que vai mal, mas ao responder também a outras duas perguntas fundamentais. A primeira é sobre como se pode melhorar a vida pública para evitar esses abusos e, a segunda, que papel podem desempenhar os cidadãos nesta tarefa? O jornalismo, em sua melhor expressão, se dirige ao indivíduo em sua condição de cidadão responsável, não de consumidor ocioso, de espectador em busca de emoções ou de vítima impotente. Portanto, para que o Jornalismo público possa cumprir sua função essencial de fazer com que os cidadãos voltem a

⁴ Tradução livre da autora. *Si los periodistas conciben que su único objetivo es proporcionar e interpretar información - esto es, contar simplemente las noticias de manera distanciada - no seremos de ayuda ni para la vida pública ni para nuestra propia profesión. Por el contrario, el periodismo debe asumir el objetivo adicional de ayudar a que los ciudadanos se reconecten con la vida pública, lo cual significa desarrollar nuevas herramientas.*

participar ativamente da vida pública, é necessária uma condição básica e decisiva para a sua consolidação, como demonstra Teijeiro.

Um público que participa ao invés de somente se informar, uma organização política que possa deliberar ao invés de debater, comunidades que não só conheçam seus problemas como também possam atuar sobre eles, leitores que considerem a si mesmos cidadãos ao invés de consumidores de notícias⁵ (TEIJEIRO, 2000, p. 224).

As histórias públicas são aquelas que superam os interesses privados, mercadológicos e partidários. Os temas recorrentes dentro desta categoria de jornalismo dizem respeito à vida - saúde, meio ambiente, ciência e tecnologia - ao desenvolvimento da cidadania (políticas públicas, prestação de serviço) e ao enriquecimento cultural dos brasileiros (divulgação e discussão das culturas de valor). "O fetiche do 'furo' cede lugar à cobertura regular aprofundada, purgada do interesse espasmódico". (COELHO FILHO, 2003, p.58).

A introdução da reflexão no noticiário dá origem a inevitáveis mudanças de formato. As reportagens ficam mais longas, as edições mais elaboradas, o trabalho dos câmeras mais autoral e até a apresentação - parte mais visível do modelo de jornalismo consagrado - sofre impacto sensível. As matérias passam a ter um tratamento diferente daquele dado ao produto jornalístico das emissoras comerciais. Tornero (2001)

⁵ Tradução livre da autora. *Un público que participa a la vez que se informa, una organización política que puede deliberar a la vez que debatir, comunidades que no sólo conocen sus problemas sino que también pueden actuar sobre ellos, lectores que consideran a sí mismos ciudadanos a la vez que consumidores de noticias.*

faz uma listagem dos principais traços do jornalismo tradicional aos quais o Jornalismo Público se opõe:

- a) aspectos emotivos, dramáticos e espetaculares emprestados à linguagem televisiva devido às necessidades comerciais de conseguir grandes audiências;
- b) simplificação e redução do grau de complexidade das questões de que trata a televisão, necessárias pela necessidade de ser compreendidos pela grande massa;
- c) discurso abreviado e desestruturado, geralmente sem história e sem memória. As notícias parecem viver em um espaço novo, o da atualidade, sem passado e sem futuro;
- d) personalização e identificação (real ou de personagens), gerando protagonistas televisivos, também chamados de "a elite sem poder". O poder dos personagens reais criados pela televisão supera o dos autênticos atores da vida social;
- e) o conflito, que é por si mesmo um valor do discurso televisivo. A televisão tende não só a representar o conflito e as tensões, como também tende a criá-los, quando eles são latentes, prontos a eclodirem a partir de determinados elementos noticiáveis;
- f) a fuga. Na medida em que a televisão se constitui essencialmente como um elemento da indústria do ócio, ela privilegia o sentimento de euforia na ociosidade em

detrimento de um eventual sentimento de participação em acontecimentos reais.

Em seu Manual de Telejornalismo, Barbeiro e Lima (2002) resumem, de maneira bastante didática, as características do Jornalismo Público. De acordo com este manual, podemos aferir que o Jornalismo Público:

- 1) busca fontes alternativas e autônomas de saber para fundamentar as reportagens, como, por exemplo, as universidades;
- 2) se orienta por uma pauta pluralista e o *hard news* cede seu espaço para as reportagens de análise;
- 3) não objetiva a conquista de mercado, por este motivo, pode se comprometer em exercer a busca do interesse público;
- 4) não se confunde com o assistencialismo e a filantropia, ainda que no Brasil ele tenda a cobrir os assuntos do Terceiro Setor;
- 5) supera os interesses privados, mercadológicos, governamentais e partidários, colocando o interesse público sempre em primeira instância.

2.4 Jornalismo Público no Brasil

Enquanto nos Estados Unidos o fenômeno do Jornalismo Público tem se caracterizado mais como um movimento e ficou restrito à opção de alguns veículos de comunicação de massa, no Brasil não houve uma adesão estrita ao gênero, mas também não houve rejeição.

Pode entender que houve um outro tipo de fenômeno, uma verdadeira onda de simpatia para com os projetos de impacto social (a Bolsa-Escola é um deles) que vem obtendo êxito para com as organizações e personalidades que dedicam a vida a grandes causas sociais ou grandes campanhas, como já aconteceu em relação ao falecido sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, e sua campanha contra a fome. (MARTINS, 2004, p.12).

O Jornalismo Público brasileiro está emergindo com características próprias e, ao contrário do que ocorreu nos Estados Unidos, não existem ações visando especificamente fundar uma categoria jornalística. Em contrapartida, algumas confusões vêm ocorrendo, possivelmente pela conotação dada ao termo "público" no país, geralmente relacionado com as esferas estatal e governamental.

Jornalismo Público e Comunicação Pública, portanto, não se referem apenas às atividades de Comunicação Social procedentes dos órgãos públicos, estatais. Há muito, a compreensão de espaço público deslocou-se da exclusividade das esferas estatal e governamental, estando, muito mais ligada ao espaço social, ou à sociedade civil organizada. (MARTINS, 2004, p.4).

Outra tendência que tem caracterizado o Jornalismo Público no Brasil é a intenção de não apenas se servir dos fatos no que eles apresentam de dramático para conquistar uma

audiência fanática pelo sensacionalismo, mas agregar aos valores-notícias (*news values*) um diferencial relacionado à cidadania, um agregado em termos de serviço e de orientação ao cidadão.

Assim, tal como o empresariado, de modo geral, tem se rendido à verdadeira onda de responsabilidade social, atuando através de grandes projetos assistencialistas junto à população carente brasileira, as empresas de mídia têm se mostrado abertas aos projetos de "cidadania empresarial". O foco destes veículos não é o dispêndio de recursos financeiros, mas a cessão de espaços às "boas notícias", ou seja, à cobertura de ações sociais relacionadas ao voluntariado, ao combate à fome, ao analfabetismo, à alfabetização e à proteção das crianças. O combate às drogas e à violência urbana também têm sido uma constante nas temáticas desse gênero de reportagem. Já nos Estados Unidos, o Jornalismo Público sempre esteve associado desde sua origem à formação do eleitor e ao estímulo ao voto que, para os americanos, é facultativo.

Segundo Martins (2004, p. 16), quatro são as formas como a área social vem pautando a imprensa brasileira. A primeira delas exercendo sua função de "espelho da sociedade", cobrindo, cotidianamente, os dramas vividos pelas pessoas, vítimas da fome, do analfabetismo, das endemias, do desemprego, da violência, da corrupção e da discriminação. A segunda maneira relaciona-se com a ação de agentes do Terceiro

Setor, que tentam inserir informações e notícias nos meios de comunicação de massa por intermédio de suas assessorias de comunicação. Uma terceira possibilidade é de o Terceiro Setor despertar tamanho interesse da imprensa no assunto em pauta, que ela ultrapassa a sua função primária de informar e passa a contextualizar e analisar os fatos, abordando as soluções cabíveis ao Estado e à Sociedade Civil e indicando as formas como os cidadãos podem atuar nos esforços coletivos em favor do Desenvolvimento Humano. A quarta e última forma de colocar os assuntos pertinentes ao setor social na mídia ocorre quando a imprensa, por iniciativa própria ou parceria, promove ações e edições especiais, engajando-se em campanhas públicas e projetos sociais. A campanha Criança Esperança é exemplo de como a Rede Globo atua no campo da responsabilidade social e da cidadania empresarial.

Outra peculiaridade do Jornalismo Público no Brasil é que seu desenvolvimento está vinculado, em grande parte, às TVs Públicas. De fato, se uma TV se autodenomina como Pública, o jornalismo mais adequado a ser praticado nesta categoria de veículo é, certamente, o Jornalismo Público. Barbeiro e Lima explicitam quais características destas emissoras justificam esta afirmação.

A principal característica destas empresas é o comprometimento com o interesse público, considerando o telespectador um cidadão e não apenas um consumidor de notícias [...] As empresas públicas de comunicação difundem o jornalismo de reflexão, e não de reflexo, como objetivo de aprofundar o conhecimento da realidade. (BARBEIRO, LIMA, 2002, p.35).

A partir destes conceitos, podemos citar outras características pertinentes à filosofia de uma TV Pública:

- 1) as emissoras públicas de TV não se confundem com as estatais, reféns do Estado por dependerem econômica e politicamente de verbas provenientes de governos, podendo, assim, serem manipuladas por eles;
- 2) por não dependerem fundamentalmente de verbas publicitárias e, conseqüentemente, estarem desvinculadas da busca incessante por audiência, as TVs Públicas têm um ritmo próprio de produção de reportagens que incita à reflexão e não possui necessidade de fazer concessões ao sensacionalismo;
- 3) por ser sustentada economicamente pela sociedade, a TV Pública pode avançar jornalisticamente em campos onde emissoras privadas encontram obstáculos dos patrocínios publicitários;
- 4) a audiência de uma emissora pública se dá pelos atrativos do bom jornalismo, como objetividade, profundidade e agilidade, e é conquistada de forma gradativa,
- 5) a programação da TV Pública contribui para a formação complementar do homem para o exercício da cidadania.

Vale ressaltar que a reafirmação da TV Pública não é uma "demonização" das TVs comerciais, mas, sim, uma alternativa no conjunto dos meios de comunicação eletrônicos.

De acordo com estes preceitos, podemos destacar iniciativas de duas emissoras públicas brasileiras que estão sendo desenvolvidas dentro da filosofia do Jornalismo Público: o jornalismo da Rede Minas, de Belo Horizonte, e da TV Cultura, de São Paulo.

2.4.1 Jornalismo Público na TV Cultura

Em meados de 1998, o diretor-presidente da Fundação Padre Anchieta, Jorge da Cunha Lima, chegou à TV Cultura com uma proposta para os jornalistas da emissora de colocar em prática um novo modelo de jornalismo, "que obedecesse aos mesmos pressupostos da televisão pública, fosse dirigido para o homem e a sociedade; não para o mercado e o poder governamental" (TV CULTURA, 2005, P.3).

Para que essa nova prática fosse implantada, jornalistas, apresentadores, produtores e editores tiveram que aderir à idéia e trabalhar conjuntamente para que ela prosperasse. Ao longo de seis meses, estes profissionais se reuniram em grupos para expor seus pontos de vista sobre o jornalismo praticado pela TV Cultura na época. Em seguida, redigiram relatórios coletivos que foram debatidos em um seminário, do qual foi gerado um texto-súmula contendo as propostas mais significantes.

Durante um ano, este trabalho norteou as atividades dos profissionais desenvolvidas em um laboratório de linguagem,

criado especialmente para dar forma ao Jornalismo Público nascente. O material produzido neste espaço embasou debates periódicos sobre os objetivos do Jornalismo Público e a melhor forma de atingi-los.

Após a emissora ter assumido deliberadamente sua vocação pelo interesse público regido pela ética do cidadão e depois de ter consolidado o Jornalismo Público como filosofia que rege a atividade jornalística, foi publicado o seguinte manifesto, com o objetivo de afirmar o caráter público da TV:

Público porque é do público, público porque é seu.
Ajuda a formação crítica do cidadão.
Privilegia a compreensão do fato e não o show da notícia.
Você não fica apenas sabendo, você entende.
Só consegue pensar quem entende e não quem apenas sabe.
Informação e conhecimento.
Independente do poder. Independente do mercado.
Não é jornalismo para divertir.
É para informar, explicar, esclarecer e criticar.
Introduzindo no telejornalismo a novidade mais antiga do bom jornalismo:
Repórteres que perguntam, cutucam, pressionam.
Colunistas com opinião clara, compreensível, que dão nome aos bois.
Se você espera mais da sua tv, você agora tem uma opção.
É ver para crer (TV CULTURA b, 2005).

Vários são os programas mantidos na grade da Tv Cultura que caracterizam bem a existência do Jornalismo Público na emissora, sendo estes de diversas categorias e veiculados em diversos horários. Às 13h30, o *Matéria Pública*; às 18h30, *Diário Paulista*; às 21h, *Opinião Brasil*; às 21h20, *Metrópolis*; às 21h40, *Conversa Afiada* e às 22h, o *Jornal da Cultura*. Através desses programas, a emissora mostra como pessoas

comuns podem exercer seus direitos de cidadão e cobrar a atuação das autoridades.

2.4.2 A Rede Minas

A Rede Minas é uma Televisão Pública que, desde a sua fundação, sempre esteve ligada diretamente ao seu principal mantenedor, a administração do Estado, que acabou tornando-se, também, seu principal cliente. Nesta relação, o jornalismo da Rede Minas sempre foi pautado pelo Governo do Estado, o que era prejudicial para o aproveitamento jornalístico dos assuntos sugeridos, tanto na qualidade quanto no interesse público da matéria.

Cientes de estarem deixando de cumprir o papel da imprensa de tornar público assuntos de interesse comum, a diretoria da Rede Minas decidiu, no segundo semestre de 2001, assumir sua identidade de TV pública e passou a conscientizar a equipe de jornalismo sobre a importância de retratar assuntos de interesse público e que promovessem a cidadania.

Para que esse processo deslanchasse, teve início uma avaliação crítica sobre a rotina jornalística da emissora, seguida da realização de diversos *workshops*, seminários e grupos de discussão que colocaram os profissionais em contato com o princípio do Jornalismo Público. A mudança começou com uma reestruturação da pauta chegando até à equipe de edição,

que definiu critérios mais rigorosos de seleção dos assuntos e tratamento das matérias.

Em 2002, a Rede Minas publicou o seu *Manual de Procedimentos em Jornalismo Público* com o objetivo de subsidiar as atividades de seu Departamento de Jornalismo e estabelecer parâmetros adequados que servissem de referência básica para os profissionais de qualquer outra emissora que adotasse o Jornalismo Público em sua linha editorial.

A criação desta ferramenta aconteceu durante um período de travessia filosófica da Rede Minas, que procurava adequar-se às características de uma Televisão Pública, buscando uma programação própria, alternativa e que não priorizasse a prática de mercado, mas que assumisse a defesa do interesse público e que estivesse a serviço da cidadania. Este conjunto ideal de procedimentos foi encontrado no Jornalismo Público.

O conceito é adequado a uma emissora não-comercial, capaz de tratar os temas da nossa realidade de uma forma mais questionadora, reflexiva e, ao mesmo tempo, conseqüente e responsável, sem as imposições da ditadura da audiência (REDE MINAS, 2002, p.5).

Além das TVs Públicas, as TVs Universitárias se configuram como um novo espaço potencial para exercer os moldes do Jornalismo Público. No capítulo seguinte, vamos apresentar um panorama geral sobre a atual situação de emissoras no país.

3 TVs UNIVERSITÁRIAS: JORNALISMO INDEPENDENTE?

Apesar dos canais universitários terem se desenvolvido com mais vigor nos últimos dez anos, a criação de TVs Universitárias no Brasil não se trata de um processo recente. A primeira TV Universitária do Brasil surgiu como TV Educativa em 1967, em Recife, vinculada à Universidade Federal de Pernambuco por falta de uma legislação que instituísse a categoria de TV Universitária. De acordo com o artigo 14 do Decreto-Lei 236, de 1967, responsável pela criação da Televisão Educativa, somente poderiam executar o serviço de Televisão Educativa a União, os Estados, Territórios e Municípios, as Universidades Brasileiras e as Fundações constituídas no Brasil, sendo que estas duas últimas deveriam possuir recursos próprios comprovados para o empreendimento. O artigo 13, do mesmo decreto, define o que seriam as TVs Educativas.

Art 13. A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates (BRASIL, 1967).

No entanto, não é possível dizer que a Televisão Universitária tenha começado efetivamente no Brasil há cerca de 38 anos. Priolli destaca que até 1995, ano em que foi promulgada a Lei Federal 8.977, conhecida como "Lei da TV a Cabo", a Televisão Universitária não obteve grandes avanços, mesmo tendo preferência para a obtenção de outorgas do Estado.

[...] as universidades foram preteridas quando da distribuição de canais. As TVs educativas serviram,

por muito tempo, como moeda de barganha política e de instrumento estatal de divulgação 'oficial', desvirtuando o objetivo de criar uma opção de televisão preocupada com o conhecimento. (PRIOLLI, 2005).

O artigo 23 da Lei da TV a Cabo instituiu os chamados "Canais Básicos de Utilização Gratuita". O texto traz a definição do que são esses canais:

a) canais destinados à distribuição obrigatória, integral e simultânea, sem inserção de qualquer informação, da programação das emissoras geradoras locais de radiodifusão de sons e imagens, em VHF ou UHF, abertos e não codificados, cujo sinal alcance a área do serviço de TV a Cabo e apresente nível técnico adequado, conforme padrões estabelecidos pelo Poder Executivo. (BRASIL, 1995).

Por meio desse instrumento, as operadoras de TV a Cabo são obrigadas a reservar uma cota para os canais de acesso público, sem custos para os assinantes e para os provedores de conteúdos, entre eles, um canal universitário. Além das Universidades, têm direito à exploração desses canais os três poderes, as associações comunitárias, não governamentais e sem fins lucrativos e os órgãos responsáveis pela educação e cultura nos âmbitos federal, estadual e municipal.

O acesso aos canais universitários, e gratuitos, garantido pela lei 8.977/95 tornou-se um grande estímulo, motivando várias Instituições de Ensino Superior (IES) a se aventurarem no campo da comunicação audiovisual. Essa abertura significou um avanço considerável nas leis sobre comunicação, fortalecendo o princípio da democratização do acesso da sociedade aos meios de teledifusão (Priolli, 2005).

Dados da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) demonstram que, entre 1995, quando tiveram início as iniciativas das IES de se organizarem para produzir e veicular, regularmente, conteúdos educativos-culturais, e 2003 surgiram no país nada menos que 34 canais nas diversas operadoras de TV a Cabo, uma média de quase três canais por ano. Somando-se a eles o número de 15 emissoras educativas tradicionais de sinal aberto, que são controladas por IES, o total de canais em operação subia para 49. Atualmente, existem 73 canais universitários. Dezesete IES veiculam sua programação em TVs comerciais, sete através da Internet e uma através do sistema MMDS⁶. Os outros 48 canais estão distribuídos entre as TVs abertas e as TVs a Cabo. São aproximadamente 100 entidades acadêmicas envolvidas em projetos de produção de TV.

3.1 Mas, afinal, o que são TVs Universitárias?

O conceito de TV Universitária ainda não é compartilhado por todas as instituições que a produzem. No portal da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), podemos encontrar a seguinte definição:

Televisão Universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida

⁶ O Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto Multicanais - MMDS - é uma das modalidades de serviços especiais, regulamentados pelo decreto nº 2196, de 08 de abril de 1997, que se utiliza de faixa de microondas para transmitir sinais a serem recebidos em pontos determinados dentro da área de prestação do serviço.

por canais de televisão (abertos ou pagos), e/ou por meios convergentes (circuitos internos de vídeo, TV Web, etc.), voltados estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania (ABTU, 2005).

Ao contrário do que a maioria das pessoas imagina, a TV Universitária não é apenas um laboratório reservado às atividades práticas dos estudantes dos cursos de Comunicação Social, tampouco uma ferramenta de promoção e de marketing institucional das universidades. Seu conceito é muito mais amplo. Em uma definição simplificada, feita pelo vice-diretor da ABTU, Cláudio Magalhães, em seu artigo *TV Universitária: uma televisão diferente*, podemos entender que a produção das TVs Universitárias deve exceder os limites dos muros acadêmicos.

[...] desde que a produção audiovisual seja realizada pela comunidade acadêmica e saia do ambiente restrito da sala de aula e dos laboratórios, se está fazendo TV Universitária [...] Não importa se é produzido pelos alunos, professores, funcionários, pesquisadores ou todos eles em conjunto, mas sim que seja pautada estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania e que tenha o desejo de ser vista pelo maior número possível de pessoas. (MAGALHÃES, 2005).

A TV Universitária é um veículo que possui, em sua gênese, uma estreita relação com a comunidade, através da difusão dos conhecimentos gerados pela academia. Portanto, deve buscar sempre um público-alvo a quem deve estar constantemente servindo com um alto teor de informações. No cenário atual, as TVs Universitárias, em sua maioria, não só

cumprem o papel da TV tradicional, como também possuem o potencial de oferecer tudo aquilo que essa mesma TV tem deixado de lado: o atendimento às demandas por informação e entretenimento, a inclusão e a participação social da população.

Magalhães define o conceito ideal de TV Universitária levando-nos a refletir sobre a existência deste formato.

Imagine uma televisão onde o conteúdo é tão importante quanto a forma. Onde 'educativo' não é sinônimo de coisa chata, mas de entretenimento com conhecimento. Uma TV onde você veria caras novas discutindo questões atuais de pontos de vista os mais diferentes. Onde a ciência é vista como participante do cotidiano e não como algo exótico ou uma prática restrita a laboratórios inóspitos e cientistas malucos. Um lugar onde os formatos tradicionais de se fazer programas de televisão se unem a ousadias, propostas inusitadas e linguagens experimentais, propícias daqueles que ainda não se padronizaram por modelos confortáveis e conformistas. Esta televisão existe, tímida, reclusa, propensa a erros e acertos nas mesmas proporções, mas persistente como os primeiros pioneiros de televisão no Brasil. É a Televisão Universitária (MAGALHÃES, 2005).

Podemos aferir deste conceito uma série de características pertinentes a uma TV Universitária que, colocadas em prática conjuntamente, funcionariam em sintonia com o tripé sobre o qual se estruturam as universidades: ensino, pesquisa e extensão.

A missão primordial das TVs Universitárias é a de promover educação e cultura. Produzindo programas dentro dessas temáticas, uma TV Universitária cumpre sua tarefa de ensino. A programação deve ser variada, enquadrando, além de

programas informativos, educativos e culturais, programas de esporte e entretenimento. Com uma produção heterogênea, voltada para os interesses da comunidade, e uma programação de qualidade, os canais universitários se colocam em uma posição diferenciada, contrastando com o que é veiculado nas TVs comerciais, "submetidas ao jogo de mercado e, muitas vezes, a interesses político-partidários e religiosos" (Magalhães, 2005), além de atingir um público mais amplo, que busca na televisão não só entretenimento, mas informação e cultura.

A Televisão Universitária opera como um poderoso instrumento de extensão das universidades, visto que deve ser produzida para o público em geral, ainda que privilegie o universo acadêmico e seu entorno. Tem como principal função aproximar a universidade do povo, divulgando os projetos desenvolvidos por professores e alunos. No entanto, os profissionais deste meio devem estar sempre cientes de que as pesquisas precisam ser trabalhadas em uma linguagem acessível à população, dando destaque à aplicação das teorias no cotidiano dos cidadãos. Segundo Rogério Tavares, um dos fundadores da ABTU, as matérias "precisam revelar de que maneira as instituições de ensino superior trabalham para melhorar o dia a dia das pessoas" (2005).

Dentro deste aspecto, tem, ainda, como finalidade a desmistificação dos processos de ensino e aprendizagem que são realizados na academia. A universidade é um ambiente restrito à maioria da população. Para Tavares, as TVs Universitárias

representam uma oportunidade de mostrar, de maneira fácil de ser assimilada, o que é a universidade, o que pensa, o que faz e qual é a sua interpretação do mundo. Para tanto, a mídia televisiva é o veículo ideal por possuir, por excelência, "uma linguagem simples, direta e coloquial e porque sempre procura a forma mais atraente para conquistar a atenção do telespectador" (Tavares, 2005).

Compondo a estrutura das faculdades de Comunicação Social, as TVs Universitárias fazem parte do processo laboratorial. É um espaço de aprendizagem destinado aos estudantes, onde acontece toda a parte prática relativa à teoria televisiva ensinada nas salas de aula. Além disso, é um local de treinamento, aperfeiçoamento, preparação para o mercado de trabalho e capacitação profissional.

Os canais abrigam em seu quadro estudantes dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Engenharia de Telecomunicações que vislumbram na TV Universitária uma forma de enriquecer sua passagem pela universidade. Orientados por professores, técnicos e profissionais contratados os alunos atuam na produção de pautas, elaboração de roteiros, edição de texto e de imagens, reportagem, confecção de cenários e figurinos entre outros setores. Tavares destaca, ainda, que, por se tratar de uma TV produzida em conjunto por estudantes e professores, as TVs Universitárias se configuram como um amplo espaço de pesquisa

e experimentação, completando a tríade ensino-pesquisa-extensão.

As tevês da Universidade também são o lugar para a investigação de linguagens novas e para testar possibilidades cogitadas na reflexão acadêmica. É onde a pesquisa em televisão e em telejornalismo pode se realizar da forma mais sofisticada e efetiva (TAVARES, 2005).

A dificuldade em se chegar a um conceito comum de Televisão Universitária a ser colocado em prática por todas as IES produtoras desse formato configura-se em um dos maiores desafios do segmento. O presidente da ABTU, Gabriel Priolli apresenta um conceito mais abrangente de Televisão Universitária.

Televisão Universitária é aquela produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão, independente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc (PRIOLLI, 2005).

O grande número de IES envolvidas com projetos de TVs Universitárias, as diferentes propostas de programação, e a variedade dos sistemas técnicos utilizados para a transmissão dos sinais são indicadores da expansão da Televisão Universitária no país. Ao mesmo tempo, esses fatores positivos tornam-se grandes entraves para a criação de um conceito único

de Televisão Universitária, necessário não só por uma questão metodológica, mas para orientar a estrutura da programação, o público-alvo ao qual se deve dirigir, a ambição que se deve ter e as articulações que deve buscar com os mercados da comunicação, da educação e da cultura. As IES devem se interagir com enfoque em um debate conceitual, a fim de obterem mais clareza sobre sua própria natureza e a finalidade do que tem a oferecer ao público.

3.2 Elementos ameaçadores

A ausência de uma unicidade conceitual desencadeia uma série de outros problemas complexos que precisam ser resolvidos para que se possa instituir o modelo de produção audiovisual das TVs Universitárias como alternativa viável no cenário da televisão brasileira.

3.2.1 Programação

Indissociável de toda a problemática conceitual apresentada anteriormente está a ausência de uma programação determinada e voltada para um público-alvo definido. Como saber o que veicular quando não se conhece quem são os receptores - ou interlocutores - que vão estar em contato com

a programação, tampouco a função que deve exercer no meio em que vivem esses telespectadores anônimos?

A princípio, a solução parece fácil. Imaginamos que os trabalhos desenvolvidos pelos diversos núcleos ou departamentos da universidade devem ser transformados em conteúdos e serem apresentados dentro de um programa com formato atraente, visando à compreensão do tema pelo telespectador. E é o que tem sido feito por muitos canais universitários. Mas é preciso perceber que a assimilação do produto veiculado varia de acordo com o receptor a que é exposto. Fica claro que é preciso, portanto, definir o público-alvo da emissora. A quem ela vai se dirigir? Ao público em geral, à comunidade acadêmica ou a ambos?

Programar televisão, portanto, implica em primeiro olhar para o telespectador e, só a partir desse olhar, buscar os conteúdos e criar os formatos televisivos pelos quais serão transmitidos (PRIOLLI, 2005).

Em geral, a programação é definida de dentro para fora das IES. Os programas surgem de acordo com o universo de interesses dos próprios produtores. Arte, cultura, mídia e humanidades em geral são temas recorrentes nas Tvs Universitárias, em detrimento de outras áreas, tais como matemática, astronomia, nutrição e tantos outros conteúdos. Este desequilíbrio gera desinteresse nos receptores e baixa fidelidade de audiência. Outro equívoco é cometido quando a programação é voltada apenas para o público interno da IES. As produções seguem um parâmetro estereotipado. Os programas

pensados para os jovens são demasiadamente informais, com linguagem descontraída e bem humorada, enquanto aqueles voltados para os professores apresentam excesso de formalidade, seriedade e ponderação.

Dentro da programação universitária, encontramos, ainda um desequilíbrio de gêneros nos produtos oferecidos ao público. Predominam os gêneros argumentativos, baseados na palavra - entrevistas, palestras, debates - enquanto os gêneros contemplativos, centrados na imagem - documentários, produção de reportagens, revistas jornalísticas, teledramaturgia, musicais e esporte -, são gêneros quase marginalizados nos canais universitários. Para Priolli, a justificativa encontra-se no alto custo de produção de determinados gêneros e na tradicional utilização do discurso no universo acadêmico.

[...] sendo o reino da palavra por excelência, o território privilegiado dos discursos, a universidade sente-se mais à vontade - e talvez cumpra melhor a sua finalidade - quando se utiliza de debates, entrevistas e palestras para comunicar-se pela TV. Mas deve-se considerar, também, e de forma muito objetiva, que esses são os formatos de produção mais simples e barata que a televisão oferece. Uma entrevista custa uma ínfima fração de um teleteatro, por exemplo. E não carece de profissionais especializados. Para emissoras de caixa sempre baixo e ainda imaturas tecnicamente, como as universitárias, há portanto gêneros de programação ainda inacessíveis. Ao menos, numa escala de produção mais industrial (PRIOLLI, 2005).

Em estudo desde 1997, a ABTU teve a iniciativa de implantar, a partir do final de 2002, a Rede de Intercâmbio de

Televisão Universitária (RITU), a fim de solucionar a escassez de programação das TVs Universitárias. Trata-se de uma central de recepção e distribuição de programas de televisão de natureza educativa, cultural, informativa e comunitária, mantida e administrada pela própria Associação. A criação da Rede está proporcionando às emissoras de televisão e núcleos de produção audiovisual mantidos por IES brasileiras a troca de programas de televisão produzidos nessas instituições. Os programas produzidos pelos associados à ABTU poderão ser exibidos em todo o país, com um custo baixo de distribuição. Para os demais canais, a principal vantagem da criação da RITU é o acesso a uma programação de qualidade, quase gratuitamente, pagando apenas pelos custos de tráfego dos programas.

3.2.2 Institucionalização

Um outro problema que concerne às TVs Universitárias diz respeito à inserção dessas TVs na estrutura das universidades. A apropriação institucional do veículo varia de acordo com o entendimento que cada IES tem do que vem a ser efetivamente uma TV Universitária e de qual papel ela deve desenvolver dentro de sua estrutura. Muitas vezes, as IES entendem que uma TV Universitária deve atender somente aos interesses mercadológicos e de imagem da instituição. As IES com essa percepção tendem a vincular o canal Universitário ao seu

próprio setor de Comunicação, transformando-o em instrumento de apoio ao marketing institucional. Nestes casos, a utilização da linguagem publicitária é constante, ainda que sejam produzidos programas de relevância cultural. Segundo Priolli, "nesse modelo, assim sendo, quem tem a TV não é a IES, como um todo, mas 'a Reitoria'" (2005).

Em outras instituições, a implantação do projeto de TV Universitária é, desde o início, "departamentalizada", ou seja, atende somente às Faculdades de Comunicação, ou mais diretamente, aos cursos de televisão ou de jornalismo. Isto ocorre quando a concepção de Televisão Universitária é restrita à sua dimensão laboratorial. Portanto, "quem tem a TV não é a IES, mas 'o pessoal da comunicação'" (Priolli, 2005).

A forma de apropriação mais adequada de uma TV Universitária, defendida pelo autor, é a institucionalização da Televisão Universitária como núcleo autônomo, definido no organograma da IES, e subordinado estritamente à direção universitária, sem vinculação aos órgãos estruturais - departamentos, faculdades, centros -, e às instâncias intermediárias de decisão - conselhos universitários, de ensino e pesquisa, de administração e finanças, entre outros.

Nesse modelo, que julgamos o mais adequado, o objetivo central da TV não é o de fazer marketing institucional, embora também possa, e até deva fazê-lo, na medida justa. Não é também o de servir como órgão laboratorial de determinado curso, atendendo a seus interesses em detrimento do restante da instituição. É o de produzir uma programação equilibrada e equidistante, que atenda as diversas áreas da IES, e que fomente a

participação de toda a comunidade acadêmica. Nesse caso, quem tem a TV é, efetivamente, a IES (PRIOLLI, 2005).

O problema da apropriação da TVs Universitárias não é decorrente apenas dos diversos conceitos apreendidos pelas IES. A dificuldade de inserção da estrutura televisiva dentro do organograma de uma universidade advém, ainda, da divergência no *modus operandi* das duas entidades. Para o funcionamento de tal estrutura, são necessárias contratações de funcionários nunca antes mencionados no universo acadêmico, como os editores de imagem, operadores de vídeo, cinegrafistas. Surgem dúvidas relativas à forma de contratação e de vinculação desses profissionais ao quadro administrativo.

3.2.3 Financiamento

Dando seqüência a um raciocínio lógico, surge a questão financeira, fator que ainda impede a expansão dos canais universitários. A produção televisiva, em si, requer um investimento elevado. A compra de equipamentos - e respectiva manutenção -, a transmissão do canal e o deslocamento de equipes de jornalismo representam um alto custo, principalmente se comparados aos gastos normais de uma universidade. Priolli afirma que "o núcleo de TV pode custar, num único mês, tudo aquilo que a instituição gasta com um curso inteiro, no ano todo" (2005). O fluxo de pagamentos é

constante. Fica evidente, portanto, o repúdio do setor administrativo à consolidação de uma estrutura televisiva de qualidade dentro das IES.

Podemos dizer que as IES particulares conseguem manter uma boa estrutura em funcionamento, visto que os gastos são previstos e incluídos nas mensalidades pagas pelos alunos dos cursos de Comunicação. Incontestavelmente, este contraste é ainda maior quando um canal universitário é implantado dentro de uma universidade pública, fadada à insuficiência de recursos e aos demorados processos de licitação, necessários até mesmo para a compra de fitas e de lâmpadas para a iluminação dos cenários.

Assim, concluímos que, atualmente, quem financia as TVs Universitárias são as próprias universidades. Para se disputar a outorga de uma emissora educativa aberta, o Decreto-Lei 236, no Parágrafo Primeiro do Artigo 14, determina que "as Universidades (...) deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento" (BRASIL, 1967). Já na legislação da TV a cabo, admite-se que as IES não podem arcar sozinhas com os enormes custos da produção de televisão. A norma nº 13, baixada pelo Ministério das Comunicações em 1996, e conhecida como Norma do Cabo, abre caminho para o financiamento externo dos canais universitários. Ela estabelece que "é vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita (...), sendo permitida, no entanto, a menção ao patrocínio de programas" (BRASIL, 1997).

As verbas de agências financiadoras da ciência, como o CNPq, a FINEP ou a FAPEMIG, não contemplam diretamente a Televisão Universitária, pois os critérios de avaliação dão ênfase a um projeto de pesquisa, e não ao produto audiovisual que dele resulte. Os incentivos culturais, como a Lei Rouanet ou a Lei do Audiovisual, também não são ajustados para contemplar a produção universitária. Os recursos acabam sendo destinados a produtores mais profissionalizados e mais articulados politicamente.

Enquanto não se criar um instrumento legislador que verse sobre quem, como ou quanto se pode patrocinar, as IES vão buscando parceiros, da forma que julgam mais conveniente, com o intuito de auxiliá-las no esforço de prover ao público uma grade de programação de qualidade.

3.2.4 Legislação

No âmbito da legislação, os embates são causados por uma interpretação ambígua da Lei 8.977/95, a Lei da Cabodifusão, que rege o segmento. O artigo 23 da lei versa sobre os chamados "Canais Básicos de Utilização Gratuita", entre os quais deve ser disponibilizado "um canal universitário, reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço" (BRASIL, 1995). Observe que, no texto da lei, o legislador utilizou-se do termo "universidade". Toda a

confusão deve-se ao fato de a lei fundamental do campo educativo - a Lei nº9394 de 20 de dezembro de 1996, conhecida como Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) - conter uma distinção entre as IES, em geral, e as universidades. Para ser credenciada como tal, a IES deve obedecer a parâmetros específicos relativos à prestação de serviços e à composição do quadro docente.

A diferenciação estabelecida na LDB implica que apenas as universidades têm o direito legal de fazer uso do canal universitário previsto na Lei da TV a Cabo. Centros universitários, faculdades e institutos, por excelentes que sejam - em educação ou em televisão -, não estão amparados na lei. (PRIOLLI, 2005).

Na maioria dos canais universitários, esta questão é irrelevante. Podemos citar os exemplos de Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Vitória e Salvador, onde os canais são compartilhados entre universidade e IES. Nessas praças, as universidades entenderam que a adesão de um maior número de instituições alivia o peso financeiro do custeio da produção e da programação. Para elas, a diversidade de fontes emissoras de conteúdos, além de ser do interesse dos telespectadores, é mais democrática que uma postura restritiva.

O contrário acontece em São Paulo e Bauru, duas cidades onde as IES são excluídas da utilização do canal universitário disponível. Para justificar tal atitude, as universidades desses locais - instituições privadas, em sua maioria -

argumentam que são mais qualificadas que as IES, por terem atendido às exigências estabelecidas pela LDB, sendo, portanto, classificadas como tais. Para Priolli, o argumento esconde uma postura restritiva: a reserva de mercado.

Quanto menos "marcas" no ar, disputando a escolha de um eventual telespectador-estudante, ou telespectador-consumidor de ensino, melhor para aquelas instituições - e talvez nem tanto para o interesse público (PRIOLLI, 2005).

Atitude legítima ou não, embora indiscutivelmente legal, a restrição às IES impede o acesso de instituições conceituadas que poderiam contribuir com o desenvolvimento da Televisão Universitária no Brasil e oferecer bons programas ao público. No caso de São Paulo, foram vetadas a Fundação Getúlio Vargas (FGV) - uma das mais importantes escolas de economia do país -, a Faculdade de Comunicação Cásper Líbero - a mais tradicional faculdade de comunicação -, a Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e a Fundação Armando Álvares Penteado (Faap) - uma das duas únicas escolas de televisão da capital paulista.

Com o objetivo de estender a todas as IES o direito de uso dos canais universitários e romper com o monopólio das universidades, encontra-se na Comissão de Educação da Câmara Federal o projeto de lei 2.973/00, que altera a redação do artigo 23 da Lei 8.977/95. O projeto foi apresentado pelo atual Presidente da Câmara, Aldo Rebelo, na ocasião, Deputado Federal pelo PC do B.

Cabe ressaltar que, no caso da televisão educativa aberta, o seu instrumento normatizador, o Decreto Lei N° 236, de 1967, em seu artigo 14, também alude apenas às "universidades brasileiras", entre as instituições que poderão executar esse serviço. No entanto, outorgas de canais educativos são concedidas a centros universitários, sem que isso se revele danoso ou mesmo insatisfatório para as comunidades atendidas. É o caso de Ouro Preto-MG, onde a TV UNIBH-Inconfidentes é mantida pelo Centro Universitário de Belo Horizonte (UNIBH) e tem o reconhecimento da cidade pela relevância dos serviços prestados.

3.2.5 Geopolítica

Um último entrave no desenvolvimento da Televisão Universitária brasileira é o desequilíbrio na distribuição geográfica dos canais universitários existentes e, ainda, o desequilíbrio entre projetos de TV do setor privado e daqueles provenientes do setor público. Atualmente, o sul e sudeste do país são as regiões de maior concentração de TVs Universitárias, sendo a maioria delas ligadas a uma IES privada.

O quadro apresentado nos deixa apreensivos quanto a postura das IES privadas em relação às distorções das finalidades de um canal universitário que estas podem cometer. Por necessitarem de matrículas e mensalidades para sobreviver,

precisam atrair alunos pagantes. Com isso podem se utilizar dos canais disponibilizados a elas como mídia publicitária ou com o interesse particular em seduzir clientes e expandir o seu negócio.

Até o momento essa distorção tem sido evitada, seja pelo espírito público demonstrado pela maioria das IES privadas, ou pela existência de códigos de ética e de regras estritas de funcionamento nos canais, que procuram esconjurar a tentação publicitária (PRIOLLI, 2005).

Fica evidente, portanto, a necessidade do aumento dos investimentos estatais para a qualificação dos núcleos de TV das IES públicas, para o equilíbrio do sistema e para preservação da finalidade pública da TV Universitária. Sabemos das dificuldades financeiras enfrentadas por essas instituições, mas o fortalecimento das universidades públicas e sua participação na produção audiovisual só tem a contribuir com a formação da cidadania, beneficiando toda a sociedade brasileira.

Televisões Universitárias são um espaço potencial para se desenvolver o Jornalismo Público? Seria impossível concluir esta questão sem que fôssemos a campo, conhecer a realidade de uma TV Universitária. Como objeto de pesquisa, escolhemos o canal universitário da Universidade Federal de Lavras, a TVU.

4.1 Metodologia

Para selecionar a emissora objeto de nosso estudo de caso, levamos em consideração, primeiramente, a ausência de uma TV Universitária na Universidade Federal de Juiz de Fora, instituição à qual estamos ligados. Outro fator levado em consideração foi o tempo de estrutura da TVU. Com seis anos de fundação, a TVU mantém uma grade regular de programação própria e possui uma equipe de jornalismo em funcionamento, ainda que a universidade não possua o curso de Comunicação Social.

Durante uma semana, entre os dias 26 e 30 de setembro de 2005, acompanhamos o trabalho da equipe da TVU de forma ativa, inclusive auxiliando na produção de pautas. Em tempo integral, pudemos vivenciar o cotidiano da TV, conhecer os profissionais de todas as áreas e, ainda, compreender a preocupação editorial de seus diretores, administrativo e de jornalismo.

Para tentarmos apreender a percepção que os profissionais da TVU têm a respeito da emissora e do próprio trabalho, elaboramos um questionário que foi respondido pelas duas

diretoras da TV (ANEXO 1). Com este método, pretendemos, também, conhecer algumas questões práticas, como, por exemplo, a atuação de assessorias de imprensa da cidade. Objetivamos, ainda, absorver o conhecimento que os profissionais envolvidos com a linha editorial da TVU possuem sobre o Jornalismo Público.

A análise do conteúdo jornalístico produzido pela TVU, apresentada nos próximos tópicos deste trabalho, será baseada nas edições do telejornal Universitária Notícias 2ª Edição, exibidas entre os dias 10 e 14 de outubro de 2005. As gravações dos programas foram cedidas pela própria TVU.

Para fins empíricos, foram analisadas as 28 matérias veiculadas durante o referido período. No entanto, foram selecionadas apenas algumas para serem tratadas aqui neste trabalho, para que o mesmo não se estendesse sem necessidade. Para isso, foram transcritas as matérias mais relevantes para ilustração e confirmação das premissas aferidas neste estudo.

Em linhas gerais, descrevemos, abaixo, a história da TVU, seu funcionamento técnico e administrativo. Em seguida, apresentamos um resumo dos programas produzidos pela própria TV Universitária.

4.2 A TVU

A TV Universitária (TVU) da Universidade Federal de Lavras (UFLA) é uma concessão da própria universidade e da Fundação de Apoio ao Ensino, Pesquisa e Extensão (FAEPE). Inaugurada no dia três de setembro de 1999, opera por meio do sistema de radiodifusão aberta nos canais 13 (VHF) e 15 (UHF), contando com dois transmissores de 250 watts cada. Além de Lavras, os sinais da TVU chegam a outras 20 localidades do Sul de Minas Gerais e Campo das Vertentes⁷, totalizando um número aproximado de 333.500 telespectadores potenciais.

A TVU é parte integrante do Sistema UFLA de Comunicação (SUC), formado, ainda, pela Rádio FM Universitária (FMU) e pelo Jornal da UFLA. A estrutura administrativa do SUC é constituída pelo Conselho Deliberativo, pela Diretoria Geral e pelas Diretorias Especializadas, sendo elas: Diretoria Geral da TVU, Diretoria Geral da FMU e Diretoria Geral do Jornal da UFLA. O Conselho Deliberativo, composto por cinco membros designados pelo Conselho Universitário da UFLA, é responsável por estabelecer as linhas de programação da TVU, da FMU e do Jornal da UFLA. O Diretor-Geral do SUC tem como função articular e coordenar as atividades dos três veículos de comunicação que compõem o sistema.

De acordo com o previsto no Regimento Interno da TVU, o canal universitário tem como finalidade divulgar as ações da

⁷ **Número de habitantes das localidades que recebem o sinal da TVU:** Boa Esperança: 39.157, Coqueiral: 9.816, Bom Sucesso: 17.368; Cana Verde: 5.696; Carmo da Cachoeira: 12.278; Carrancas: 3.558; Ibituruna: 2.849; Ijaci: 5.367; Ingaí: 2.543; Itumirim: 6.526; Itutinga: 4.055; Lavras: 85.380; Luminárias: 5.630; Macuco: 1.853; Nazareno: 7.404; Nepomuceno: 25.208; Perdões: 19.986; Ribeirão Vermelho: 3.625; Rosário: 4.183; Santo Antônio do Amparo: 17.318; Três Pontas: 53.688.

UFLA nos seus três segmentos - ensino, pesquisa e extensão. Visa, ainda, interagir os diversos setores da universidade e, ao mesmo tempo, aproximar a instituição da comunidade em geral através de uma programação educativo-sócio-cultural e da cobertura dos fatos de Lavras e região. Este é o primeiro indício de que a forma de apropriação da TVU está vinculada à Universidade, contrariando o proposto por Priolli (2005), como já visto no capítulo anterior.

As atividades da TVU são coordenadas por três diretorias. À Diretoria Administrativa compete administrar os serviços gerais próprios da TVU e elaborar planos de ações administrativas, submetendo-os à apreciação do Conselho Deliberativo do SUC. A Diretoria Comercial é responsável por estabelecer convênios com instituições de interesse da UFLA e elaborar projetos para buscar recursos através de apoios culturais a serem veiculados nos três meios de comunicação. A coordenação das equipes de jornalismo, a supervisão da produção dos telejornais, a definição das pautas, a revisão dos textos dos repórteres e o fechamento dos telejornais são algumas das funções atribuídas à Diretoria de Jornalismo.

Além dos três diretores, outros 12 funcionários fazem parte da estrutura da TVU, sendo quatro repórteres, quatro cinegrafistas, dois editores de imagem (um deles também exerce a função de operador de áudio), uma operadora de caracteres - e responsável pelo controle mestre - e uma secretária. Três

estagiários completam a equipe da TVU. Os salários e bolsas dos 15 colaboradores são mantidos pela FAEPE.

4.3 Programação

Apesar da equipe reduzida, a TVU mantém uma grade de programação local de 8 horas e 30 minutos semanais. Em média, são veiculados 90 minutos - uma hora e meia - de programação inédita diariamente, sendo dois telejornais, de meia hora cada um, e um programa diverso, com duração de trinta minutos. Não existe um departamento de produção e, dos dez programas veiculados pelo canal, dois são telejornais, cinco são produzidos em sua totalidade pela mesma equipe de jornalismo, um é produzido em parceria com um estúdio musical da cidade e os demais são programas religiosos, produzidos e apresentados pelos próprios membros das igrejas. Para preencher a grade de programação, são veiculados programas da Rede Minas de Televisão.

Abaixo, segue a atual grade de programação e uma breve descrição dos programas produzidos pela equipe da TVU.

| DIA | HORA | PROGRAMA | GÊNERO |
|--------------|--------------|--|---------------|
| Seg a Sex | 11h30 às 12h | Universitária Notícias 1ª Edição | Jornalístico |
| Seg a | 19h30 às 20h | Universitária | Jornalístico |

| Sex | | Notícias 2ª Edição | |
|---------|-------------------|------------------------------|------------------|
| Seg | 19h às 19h30 | Raio X (quinzenal) | Saúde/Entrevista |
| Seg | 19h às 19h30 | Espaço Mulher (quinzenal) | Saúde/Entrevista |
| Ter | 19h às 19h30 | Universitária Esportes | Esportivo |
| Qua | 19h às 19h30 | Encontro Mercado | Religioso |
| Qui | 19h às 19h30 | Universitária Rural | Jornalístico |
| Sexta | 19h às 19h10 | Voz de Santana em Seu Lar | Religioso |
| Sexta | 19h10 às 19h30 | Música & Cia (quinzenal) | Entretenimento |
| Domingo | 8h às 9h | Santa Missa em seu Lar | Religioso |

Universitária Notícias - 1ª e 2ª Edição: telejornal local que leva aos telespectadores de Lavras e região notícias factuais e de utilidade pública. Dentro de seu caráter educativo, é feita a cobertura de todo o conhecimento gerado pela UFLA, baseado em sua tríade - ensino pesquisa e extensão - com o objetivo de divulgar tais ações à comunidade universitária e à sociedade.

Universitária Rural: o objetivo deste programa é abordar diversos temas de interesse do produtor rural, tais como novas técnicas, cuidados no manejo de animais, nutrição, genética, crédito agrícola, legislação e comercialização de produtos, além de mostrar as novidades em pesquisas e divulgar os eventos do agronegócio brasileiro. O programa está estruturado com os seguintes quadros: *Mercado & Cotações, Campo em Debate*

(opinião/entrevista), *Agenda*, *Agronotas*, *Pragas & Doenças* e *Consultório Pet*.

Universitária Esportes: tem como objetivo divulgar os eventos e o potencial esportivo de Lavras e região. Possui foco na importância do entretenimento na vida do ser humano. O programa aborda temas de saúde, esporte e cultura apresentados nos formatos de matérias jornalísticas e entrevistas com profissionais e personalidades ligados ao esporte. Possui, ainda, dois quadros: o *Fique Ligado*, que esclarece alguns cuidados necessários com a saúde e a prática de exercícios, e o *Em Forma*, em que uma professora de Educação Física ensina alguns exercícios que podem ser feitos em casa. Público-alvo: estudantes universitários e adeptos ao esporte.

Raio-X : programa de saúde, ao vivo, com linha direta para a comunidade enviar perguntas sobre o assunto abordado no dia. Tem como objetivo informar à população os meios de se evitar doenças, esclarecer as principais dúvidas, formas de prevenção e tratamentos disponíveis, preservando uma boa qualidade de vida. Ações de cidadania em saúde também são frequentemente destacadas sob a forma de entrevista com médicos especialistas nas diversas áreas da medicina. O programa tem apoio cultural de um hospital da cidade. Público Alvo: Comunidade em geral de Lavras e da região de abrangência da TVU.

Espaço Mulher: é um programa específico sobre saúde da mulher, também ao vivo, dando oportunidade aos telespectadores de tirar dúvidas sobre o tema do dia. Os enfoques do programa são o combate aos fatores de risco para as doenças ginecológicas e Doenças Sexualmente Transmissíveis (DSTs), esclarecimento sobre as principais doenças e tratamentos disponíveis. Ações de cidadania em saúde também são frequentemente destacadas, sob a forma de perguntas. Conscientes de sua responsabilidade, membros da Associação da Mulher Rosa Haddad (AMIRH) participam do programa, além de contribuir com apoio cultural. Os principais temas abordados durante a participação da Associação no programa são gravidez, amamentação e cuidados com o bebê. Público-alvo: comunidade em geral de Lavras e da região de abrangência da TVU, especialmente as mulheres.

Música & Cia: o programa foi criado para incentivar a cultura regional. A cada semana, músicos de Lavras e cidades vizinhas participam de uma entrevista e também têm a oportunidade de se apresentarem "ao vivo", divulgando o trabalho desenvolvido. Além de mostrar um lado desconhecido dos artistas, com conversas descontraídas e bem humoradas, é também uma ferramenta importante de divulgação da cultura e da música de Lavras e região. Voltado para o entretenimento, o Música & Cia é produzido em parceria com o Studio Mr. Silva. Público-alvo: comunidade em geral de Lavras e da região de abrangência da TVU.

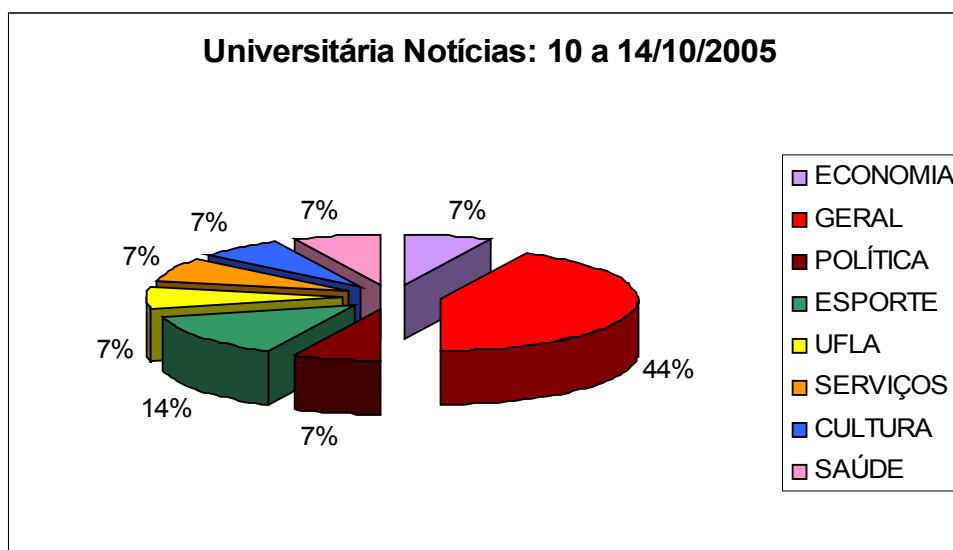
4.4 O telejornalismo da TVU

“Um jornalismo diversificado que envolve matérias sobre ensino, pesquisa e extensão praticados pela Universidade Federal de Juiz de Lavras e também fatos da cidade e da região” (MAGALHÃES b, 2005). Assim é definido o Jornalismo da TVU pela Diretora Administrativa, Mariza Alvarenga Mesquita Magalhães. A Diretora de Jornalismo, Suzem Kelly Assis, vai um pouco mais além.

O nosso jornalismo é um misto de científico, quando trata das pesquisas realizadas pela universidade; comunitário, pois aborda assuntos ligados diretamente à comunidade; e às vezes investigativo, quando existem denúncias. (ASSIS, 2005).

Para que possamos elaborar uma visão crítica sobre o jornalismo praticado pela TVU, é necessário partir de uma análise quali-quantitativa do nosso objeto de pesquisa: o telejornal Universitária Notícias. Para fins empíricos, foram gravadas apenas edições do Universitária Notícias 2ª Edição. À noite são exibidas as matérias inéditas, que são reprisadas no Universitária Notícias 1ª Edição. A diferença entre os dois telejornais está nas notas secas - notícias apenas lidas pelos apresentadores - e na cobertura de algum acontecimento factual, como o incêndio, ocorrido no dia 10/10/05, primeiro dia de análise dos telejornais.

O gráfico abaixo ilustra, em porcentagens, a cobertura das notícias feita pela TVU, dividida por editorias.



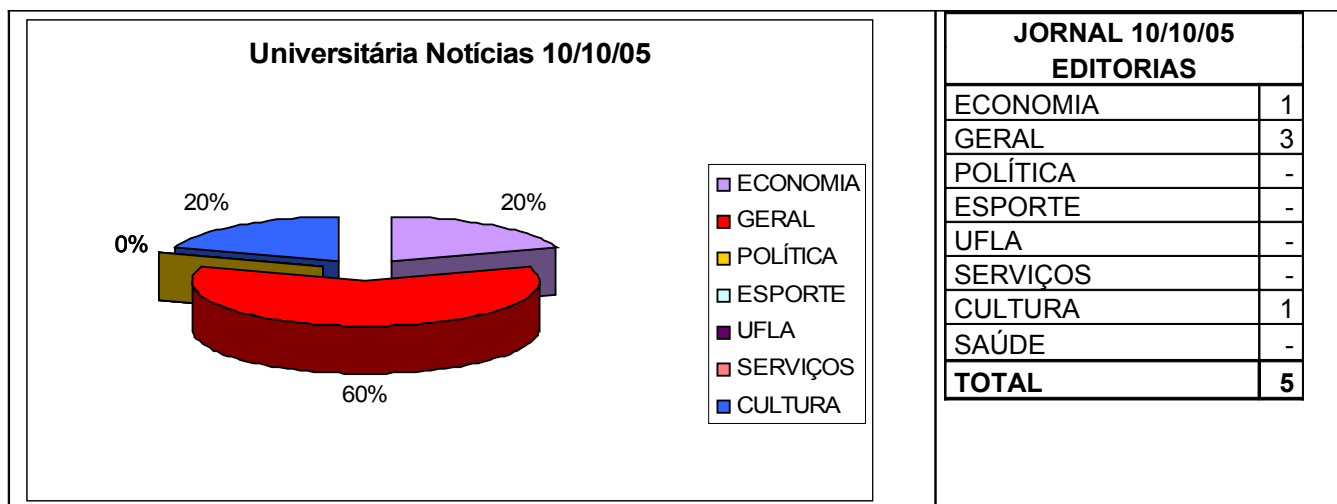
Em princípio, estas informações apontam para um equilíbrio na distribuição das notícias entre as editorias. Com exceção das editorias de Esporte e Geral, as demais apresentam duas matérias durante a semana. Porém, se levarmos em consideração que os dados representam as notícias de uma semana, logo concluiremos que a importância dada às demais editorias é pequena, tendo em vista que durante cinco dias, os telespectadores têm contato apenas duas vezes com assuntos sobre economia, política e cultura da região. É o que demonstra o gráfico numérico abaixo.

| |
|-------------------------------|
| Universitária Notícias |
| Período: 10 a 14/10/2005 |
| EDITORIAS |

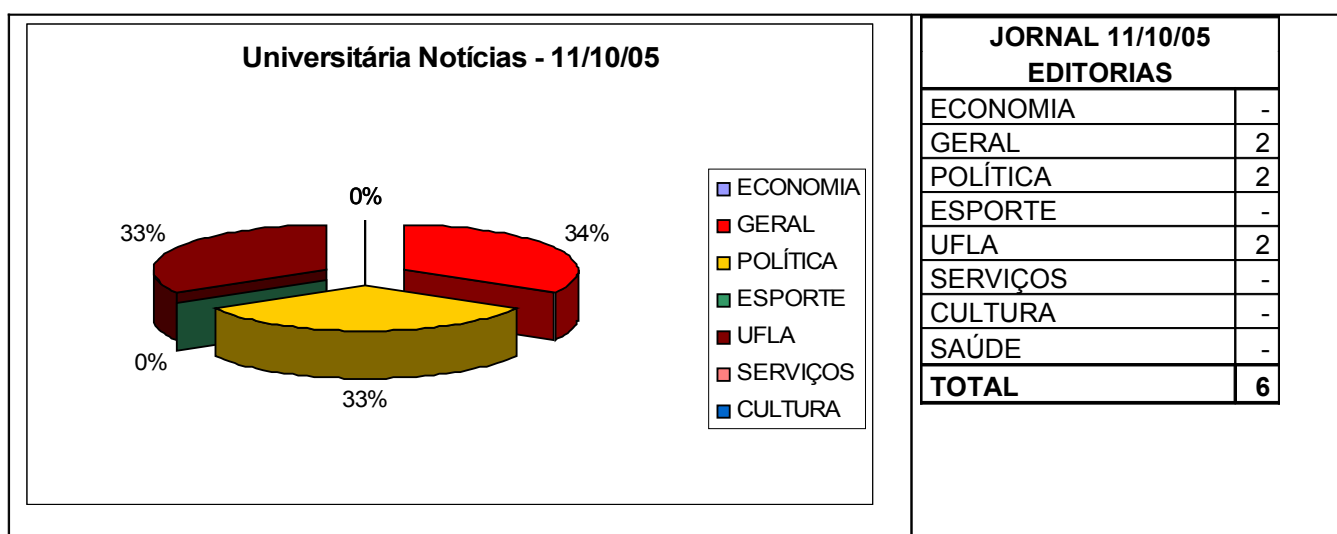
| | |
|--------------|-----------|
| ECONOMIA | 2 |
| GERAL | 12 |
| POLÍTICA | 2 |
| ESPORTE | 4 |
| UFLA | 2 |
| SERVIÇOS | 2 |
| CULTURA | 2 |
| SAÚDE | 2 |
| TOTAL | 28 |

Já as editorias Esporte, Saúde e Ufla, mesmo contendo um número baixo de matérias por semana - ainda que o esporte tenha apresentado maior destaque, pois, durante aquela semana, estava acontecendo o Jimi (Jogos do Interior de Minas) na cidade de Lavras - podem ser consideradas mais relevantes dentro do jornalismo da TVU do que as demais, uma vez que a TV possui os programas **Raio-X**, **Universitária Rural** e **Universitária Esportes** dentro da programação semanal da emissora, que são exclusivamente voltados às editorias citadas anteriormente.

Diariamente são exibidas, em média, cinco matérias nos telejornais da TVU. No entanto, podemos notar um desequilíbrio na distribuição dos assuntos. O Universitária Notícias do dia 10/10/2005 apresenta um quadro razoável, visto que foram exibidas naquele dia três matérias de assuntos gerais, uma de economia e uma de cultura. É o que representa o gráfico abaixo:



Já o gráfico construído a partir da edição do dia 11/10/2005, aparentemente, demonstra um programa equilibrado, pois foram produzidas duas matérias de cada editoria: Geral, Política e Ufla.



No entanto, ao analisarmos esta edição inserida no contexto da semana, encontramos uma grande deficiência na produção jornalística da TVU. No telejornal deste dia, estão concentradas as duas únicas matérias sobre política e sobre temas relacionados à Ufla. Esses temas não foram recorrentes no decorrer da semana.

A preocupação da Diretora Administrativa da TVU, Mariza Alvarenga Mesquita Magalhães, quanto à cobertura política feita por uma TV Universitária, justifica a razão pela qual a cobertura de fatos políticos em Lavras e região seja restrita.

O único assunto que não merece destaque em nosso Sistema Ufla de Comunicação são todos aqueles ligados à política quando envolvem a promoção pessoal de determinados políticos e interesses partidários (MAGALHÃES b, 2005).

Quando questionadas sobre a divulgação de assuntos relativos à administração pública do município, fica clara a preocupação das diretoras.

Divulgamos todos aqueles que achamos ser de interesse da comunidade, mas sempre tendo em mente o princípio da imparcialidade (MAGALHÃES b, 2005).

Com seriedade e muito cuidado, porque sempre existe interesse político por trás das pautas sugeridas (ASSIS, 2005).

Naquele dia, o governador do Estado de Minas Gerais, Aécio Neves, havia estado na cidade de Lavras, para assinar convênio com a prefeitura do município e participar da abertura da etapa final do Jimi 2005, e também na cidade de Carrancas para a inauguração de mais uma estrada asfaltada dentro do Programa Pró-Acesso. Este era um assunto sobre o qual os telespectadores certamente teriam interesse e cobrariam da TV a exibição de uma matéria sobre a visita do governador do Estado à cidade. Assim, seria inevitável enviar uma equipe para cobrir as realizações de Aécio Neves em Lavras e municípios vizinhos. Portanto, foram produzidas duas

matérias factuais sobre política, mostrando como foi a visita do governador na região, como podemos verificar no texto lido pelo apresentador do telejornal.

LOC - O GOVERNADO DE MINAS GERAIS, AÉCIO NEVES, ESTEVE HOJE NA REGIÃO PARA INAGURAR AS OBRAS DE CONCLUSÃO DA RODOVIA QUE LIGA ITUTINGA A CARRANCAS.//

////// SOBE SOM ////

LOC - DEPOIS DE INAGURAR AS OBRAS EM CARRANCAS O GOVERNADOR SEGUIU PARA LAVRAS ONDE FEZ A ABERTURA OFICIAL DA ETAPA FINAL DO JIMI 2005 E AINDA ASSINOU CONVÊNIO EM PARCERIA COM O MUNICÍPIO.//

////// SOBE SOM ////

A edição do Universitária Notícias do dia 11 de outubro de 2005 também é a única na semana a apresentar matérias sobre assuntos relacionados à UFLA. A primeira delas aborda o planejamento, os investimentos e a tecnologia utilizada na produção de ovos e derivados em grande escala. Abaixo, transcrevemos a cabeça da matéria.

LOC - UM DOS PRINCIPAIS ALIMENTOS DO DIA-A-DIA, PRINCIPALMENTE POR SUA VERSATILIDADE, O OVO DE GALINHA É PRODUZIDO EM GRANDE ESCALA NO PAÍS./ MAS ANTES DE APOSTAR NO RAMO É PRECISO PLANEJAMENTO.//

////// SOBE SOM ////

A matéria foi produzida no decorrer da semana em que fizemos nossa pesquisa de campo na emissora e gravada no último dia em que estivemos lá presentes. Acompanhamos todo o trabalho da equipe de reportagem por se tratar de um episódio bastante particular e de interesse para este trabalho. O primeiro aspecto a merecer destaque é que a criação desta pauta se deu de forma não espontânea. Ela foi sugerida por um professor da UFLA que trabalha no aviário e que acreditava se

tratar de um tema relevante para se levar ao conhecimento do público.

De fato, a tecnologia implementada no aviário e a sua importância econômica dentro da cidade de Nepomuceno, localizada dentro da área de cobertura da TVU, são fatores que tornam a produção de ovos um fato noticioso, sendo inclusive reportado, anteriormente, pelo programa Globo Rural, exibido na Rede Globo aos domingos de manhã. No entanto, a forma como foi conduzida toda a matéria, desde o processo de produção da pauta, demonstra que a TVU sofre influências da instituição sobre o que deve ou não ser noticiado.

Como dito anteriormente, o próprio professor entrou em contato com a produção da TVU pedindo que fosse refeita a matéria sobre a produção de ovos e derivados. O termo "refeita" aplica-se perfeitamente ao caso, pois o assunto já havia sido abordado anteriormente, em uma matéria produzida para o programa Universitária Rural, que não agradou ao professor. Na ocasião em que estivemos presentes, ele comportou-se como o diretor da matéria, inclusive indicando ao cinegrafista as imagens que deveriam ser feitas, quais os profissionais deveriam falar e até mesmo o quê deveriam falar, alegando que "não adianta falar muito porque sempre é cortado pela edição"⁸. A fala da técnica responsável pelo controle de qualidade da produção do aviário foi simplesmente uma

⁸ *Essa frase dita pelo professor da UFLA durante o acompanhamento da produção da matéria in loco, foi tão expressiva que ficou marcada na memória da pesquisadora, que achou relevante registrar neste trabalho.*

repetição da resposta ditada pelo professor. Abaixo, transcrevemos o *off* da matéria que dá gancho para a sonora da técnica. Podemos perceber como a fala da entrevistada é resumida, tal como o pedido feito pelo professor.

OFF - A PREOCUPAÇÃO COM A QUALIDADE É CONSTANTE. NESTE LABORATÓRIO É FEITA UMA ANÁLISE DE TUDO QUE É PRODUZIDO NO AVIÁRIO.

SONORA - NESTE SETOR DE APOIO, SÃO FEITAS AS ANÁLISE FÍSICO-QUÍMICAS E MICROBIOLÓGICAS DE TODO O LOTE DO AVIÁRIO SANTO ANTÔNIO.

Atendendo ao pedido do professor, a edição da matéria seguiu os moldes sugeridos. Exemplo disso pode ser conferido na sonora dada pelo professor no encerramento da matéria. Ele inicia sua fala de uma forma pretensiosa, que obriga os repórteres a inseri-la na íntegra. Ainda conforme o sugerido pelo próprio professor, sua sonora foi coberta por imagens que ilustravam exatamente aquilo que estava sendo falado.

SONORA - PELAS IMAGENS QUE VOCÊS **DEVEM MOSTRAR** [grifo nosso], PODE-SE PERCEBER QUE NÓS TEMOS UM GRANDE NÚMERO DE AVES POR ÁREA. É UM PROJETO PARA QUINHENTAS MIL POEDEIRAS NUMA PEQUENA ÁREA DE POUCO MAIS DE TRÊS HECTARES. AQUI, AS UNIDADES DE PRODUÇÃO SÃO TODAS AUTOMATIZADAS NO FORNECIMENTO DE ÁGUA, NO FORNECIMENTO DE RAÇÃO E, PRINCIPALMENTE, NA COLHEITA DOS OVOS. COM ISSO, OBTÉM-SE O MÍNIMO DE DESPERDÍCIO E O MÁXIMO DE QUALIDADE DOS OVOS QUE SAEM LIMPOS, SEM TRINCAS, SAEM PRONTOS PARA CHEGAR AO CONSUMIDOR PARA AGRADAR O CONSUMIDOR MODERNO.

Para completar a subordinação da matéria aos moldes propostos pelo professor, a reportagem foi ao ar no telejornal da emissora, e não no Universitária Rural, programa destinado

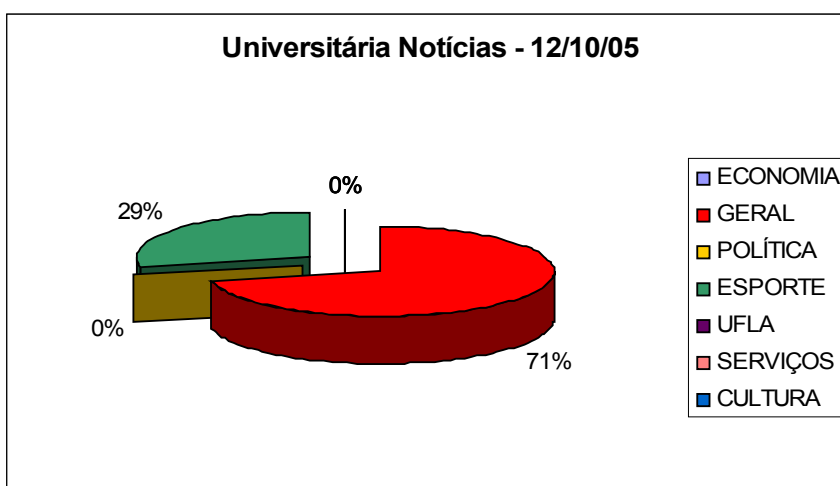
para este tipo de abordagem. A matéria na íntegra encontra-se transcrita no ANEXO 2.

Na edição do telejornal, logo em seguida à reportagem sobre a produção de ovos, está a matéria sobre a assinatura de um convênio entre as Universidades Federais de Lavras e Ouro Preto. Podemos perceber que os assuntos referentes à editoria UFLA possuem uma certa prioridade dentre outros fatos, principalmente quando se trata de cobertura de eventos e assinatura de convênios, lançamento de projetos e afins. É o que afirma a Diretora de Jornalismo da TVU, Suzem Kellen Assis, quando questionada se algum assunto possui preferência dentro da linha editorial da emissora.

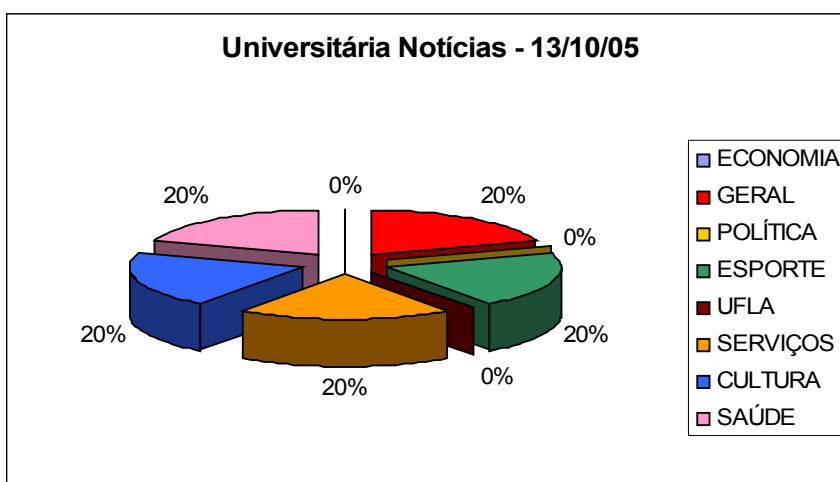
Preferência não, mas uma atenção especial aos eventos realizados na UFLA, como por exemplo, simpósios, congressos, encontros, entre outros. Isto ocorre porque a Emissora pertence a ela. Graças a Deus não pertence a nenhuma prefeitura ou partido político. Pertencemos a uma Universidade que nos pede apenas para cobrir eventos educativos. De interesse tanto da comunidade interna quanto externa (ASSIS, 2005).

Pelos exemplos citados acima e a partir desta afirmação, fica claro que a TVU, ainda que trabalhe temas factuais, de interesse público e sugeridos pela própria comunidade, possui um caráter institucional. Diante desta situação podemos dizer que a expressão utilizada por Priolli - "o canal torna-se da reitoria" (2005) -, a respeito do processo de institucionalização dos canais universitários, aplica-se à realidade da TVU.

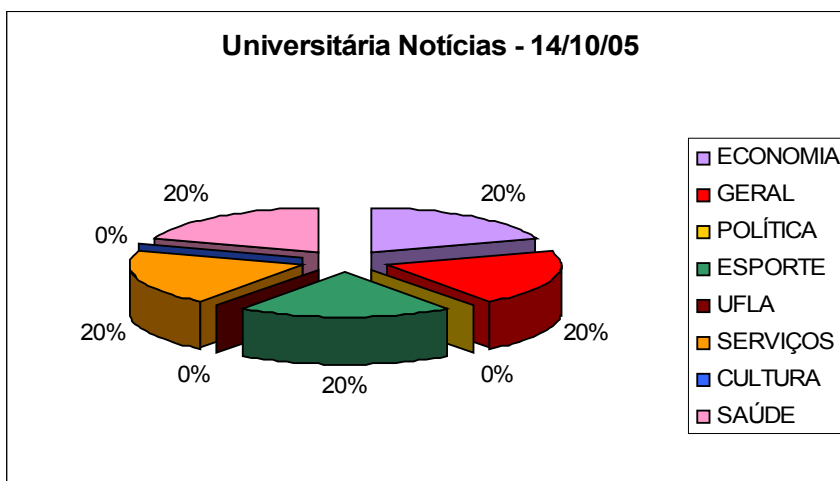
Concluindo a análise dos gráficos apresentados sobre o conteúdo jornalístico exibido nos telejornais da TVU, os dados apontam para uma melhor distribuição dos assuntos entre as editorias existentes nas duas últimas edições em questão, dos dias 13 e 14 de outubro de 2005. Em ambos os casos, foram contempladas cinco editorias diferentes, gerando um equilíbrio de temas abordados e um contato mais democrático do público com os fatos. Notamos esta diferença no equilíbrio temático ao compararmos a edição do dia 12/10/2005 com as edições referidas acima:



| JORNAL 12/10/05 EDITORIAS | |
|----------------------------------|----------|
| ECONOMIA | - |
| GERAL | 5 |
| POLÍTICA | - |
| ESPORTE | 2 |
| UFLA | - |
| SERVIÇOS | - |
| CULTURA | - |
| SAÚDE | - |
| TOTAL | 7 |



| JORNAL 13/10/05 EDITORIAS | |
|----------------------------------|----------|
| ECONOMIA | - |
| GERAL | 1 |
| POLÍTICA | - |
| ESPORTE | 1 |
| UFLA | - |
| SERVIÇOS | 1 |
| CULTURA | 1 |
| SAÚDE | 1 |
| TOTAL | 5 |



| JORNAL 14/10/05 EDITORIAS | |
|--------------------------------------|----------|
| ECONOMIA | 1 |
| GERAL | 1 |
| POLÍTICA | - |
| ESPORTE | 1 |
| UFLA | - |
| SERVIÇOS | 1 |
| CULTURA | - |
| SAÚDE | 1 |
| TOTAL | 5 |

4.5 A presença do Jornalismo Público no telejornalismo da TVU

Neste capítulo será feita uma apresentação de como é a relação entre o Jornalismo Público e a produção jornalística da TVU através da análise do telejornal Universitária Notícia. Buscamos encontrar nas matérias das edições exibidas entre os dias 10 e 14 de outubro, elementos pertinentes ao Jornalismo Público e, ainda, levantar oportunidades onde este jornalismo poderia ter sido praticado e não foi feito.

As matérias de serviço são as mais características do Jornalismo Público. Assim, identificamos já, em primeira instância, essa característica no quadro "Profissões", que vai ao ar todas as quintas-feiras no Universitária Notícias 2ª edição. O objetivo deste quadro é esclarecer aos jovens os aspectos das diversas profissões que ele pode escolher na hora de fazer sua opção no vestibular. Este quadro estava sendo produzido naquela época do ano porque as inscrições para o

Vestibular 2006 da UFLA encontravam-se abertas, momento oportuno para prestar este tipo de serviço aos vestibulandos.

No quadro "Profissões" do dia 13/10/2005, estava sendo abordada a profissão de Turismólogo. O curso de Turismo é recente no município de Lavras e é oferecido em uma faculdade particular tradicional na cidade, a Faculdade Presbiteriana Gammon (Fagam). É importante perceber que não só apenas os cursos da UFLA, universidade à qual está vinculada a TVU, estavam sendo contemplados pelo programa. Após a exibição da vinheta, o locutor abre o quadro com as seguintes informações:

LOC - OITO MIL QUILOMETROS DE PRAIAS, FLORESTAS, CACHOEIRAS E MONTANHAS./ O BRASIL É UM PARAÍSO PARA O TURISMO./ E HÁ MUITO QUE SER EXPLORADO./NA REPORTAGEM SOBRE PROFISSÕES VOCÊ VAI VER QUE O PROFISSIONAL DE TURISMO TEM UM PAÍS ENORME PARA SER DESCOBERTO E PRESERVADO.///

Em seguida são dadas informações sobre o panorama geral da profissão e a atual situação do curso de Turismo no Brasil no *off* do repórter. A primeira sonora é do Coordenador do Curso de Turismo da Fagam, que fala sobre como é a estrutura do curso na faculdade. O segundo *off* do repórter trata das áreas de atuação do turismólogo e do perfil ideal para quem planeja atuar nesta área. A segunda sonora é de uma estudante falando sobre sua satisfação com a opção feita.

Fugindo um pouco dos padrões, o repórter apresenta o personagem da matéria já na metade da reportagem. Seguido deste terceiro *off*, temos a sonora do estudante de Turismo e personagem da matéria. O quarto *off* fala sobre mercado de

trabalho para os profissionais de Turismo e é seguido de uma segunda sonora com o Coordenador de Curso. Neste momento ele fala sobre os campos de atuação dos turismólogos, colocação que caberia melhor após o segundo *off* do repórter, que tratava justamente deste assunto.

No quinto *off* da matéria, o repórter traz informações sobre o processo de conclusão do curso, quando os alunos têm que entregar um projeto final. A sonora posterior é de um estudante que explica o que é este projeto. No entanto, esta não seria a fonte mais adequada para esclarecer este tópico, principalmente porque após o *off* de encerramento da matéria, o Coordenador de Curso volta em uma sonora explicando o processo de estágio. As informações sobre o projeto de final de curso poderiam ser repassadas por ele mesmo. A transcrição completa do quadro "Profissões" encontra-se no ANEXO 3.

Uma segunda matéria analisada e que possuía elementos pertinentes ao Jornalismo Público é a matéria sobre o aparecimento de escorpiões com a chegada do calor e do período de chuvas. O que chama a atenção na reportagem é justamente a busca de soluções para o problema, apresentada pelo repórter. Este é um dos elementos essenciais que caracterizam uma matéria produzida nos moldes do Jornalismo Público.

A reportagem tem início com as seguintes informações lidas pelo apresentador:

LOC - NESSA ÉPOCA DO ANO, COM A CHEGADA DO CALOR E DO PERÍODO CHUVOSO, REAPARECE UM ANTIGO INIMIGO: O

ESCORPIÃO./ O TRABALHO DE CONTROLE E COMBATE AO ANIMAL JÁ COMEÇOU NOS BAIRROS.///

Contudo, no primeiro *off* da matéria aparece uma primeira informação redundante que já havia sido utilizada na cabeça lida pelo locutor. O repórter poderia ter iniciado diretamente utilizando o exemplo conseguido por meio de um personagem.

OFF 1 - COM O FORTE CALOR DAS ÚLTIMAS SEMANAS E O ACÚMULO DE LIXO NOS CÓRREGOS QUE CORTAM A CIDADE, A PROLIFERAÇÃO DE ALGUNS ANIMAIS É INEVITÁVEL. NA CASA DE SEU UBIRATÃ. QUE FICA PRÓXIMA AO CENTRO DE LAVRAS, A APARIÇÃO DE ESCORPIÕES DENTRO DE CASA JÁ COMEÇOU. O ESCORPIÃO MENOR FOI ENCONTRADO DENTRO DO QUARTO.

Seguido deste *off*, temos a sonora do personagem dizendo que enfrenta o problema durante o ano inteiro. Antes desta fala dele, caberia, ainda, uma outra, onde ele fizesse uma breve narrativa sobre como os animais foram encontrados em sua casa.

O segundo *off* da matéria é um pouco confuso. O repórter inicia falando sobre o número de ocorrências registradas pela Vigilância Sanitária Municipal e logo parte para a descrição dos sintomas de quem sofre uma picada de escorpião. Ainda no mesmo texto, o repórter volta a falar sobre a atuação da Vigilância Sanitária, chamando para uma primeira sonora com o superintendente do órgão. Nesta fala, ele explica qual é o procedimento que deve ser tomado no caso de encontrar o "inseto" na residência.

O terceiro *off* chama uma outra sonora com a mesma fonte, que vai falar sobre o alto custo das dedetizações. Esta intervenção mostra-se desnecessária e poderia ter sido eliminada, haja vista que este entrevistado é a única fonte oficial da matéria e aparece um total de três vezes.

O repórter faz um último *off* para encerrar a matéria falando sobre como é o tratamento no caso de picadas de escorpiões. Note que, tanto neste momento, quanto ao discriminar os sintomas que uma pessoa apresenta ao ser atingida pelo animal, o jornalista desperdiçou uma ótima oportunidade de colocar essas informações na boca de uma outra fonte, no caso um médico. No entanto, esta não é uma falha de reportagem, mas sim de produção, uma vez que é esta equipe quem faz as marcações com os entrevistados necessários para dar consistência à reportagem.

A matéria termina com uma sonora do mesmo superintendente da Vigilância Sanitária sobre como evitar o aparecimento de escorpiões nas residências, informação que caberia melhor após o terceiro *off* da matéria, substituindo a sonora sobre o custo de dedetização, avaliada como desnecessária. Este exemplo de reportagem, como dito anteriormente, apresenta, um elemento essencial do Jornalismo Público - a proposição de soluções para os problemas identificados - mas possui falhas de produção - por não ter marcado com um médico para falar sobre sintomas e tratamento -

e de encadeamento de idéias - o repórter faz um vai-e-vem de informações desnecessário, o que compromete a fruição da compreensão do assunto por parte dos telespectadores. A matéria, na íntegra, pode ser conferida no ANEXO 4 deste trabalho.

Em uma nota coberta factual, sobre um incêndio ocorrido no dia 10/10/2005, encontramos a oportunidade de crescimento da pauta e produção de uma reportagem nos moldes do Jornalismo Público, pois, sem dúvida alguma, a prevenção de incêndios é um assunto de interesse público. A nota lida no telejornal era a seguinte:

LOC (CABEÇA) - O CORPO DE BOMBEIROS FOI ACIONADO NO INÍCIO DA TARDE PARA CONTROLAR UM INCÊNDIO EM UMA CASA NO BAIRRO INÁCIO VALENTIM, PROXIMO À AVENIDA PERIMETRAL.///

LOC (NOTA) - SEGUNDO O CORPO DE BOMBEIROS, O INCÊNDIO NA RESIDÊNCIA COMEÇOU POR VOLTA DE MEIO-DIA E QUARENTA./ SEGUNDO TESTEMUNHAS, UM CIGARRO PODE TER SIDO A CAUSA DO INCÊNDIO, QUE DESTRUIU APENAS UM CÔMODO DA CASA./ O FOGO FOI CONTROLADO PELO CORPO DE BOMBEIROS./ NINGUÉM FICOU FERIDO.///

Como o fato ocorreu no início da tarde, a produção do Universitária Notícias poderia ter realocado as equipes de reportagem e deslocado uma delas para fazer uma reportagem mais abrangente sobre a ocorrência de incêndios no município. Nesta possível matéria, haveria muitos dados a serem coletados e informados à população lavrense, tais como o número de ocorrências registradas naquele ano pelo Corpo de Bombeiros,

principais motivos dos incêndios, locais das ocorrências e das reincidências.

Valeria fazer uma sonora com um representante dos Bombeiros dando dicas à população sobre como evitar incêndios e, ainda, levantar se existe alguma campanha de prevenção, fiscalização ou monitoramento de riscos no município. E para fechar a matéria no melhor estilo Utilidade Pública, seria ideal redigir uma nota pé com informações de serviço, como, por exemplo, o telefone disponível do Corpo de Bombeiros para fazer queixas e avisar sobre a ocorrência de algum incêndio.

A partir desta análise, podemos perceber que as matérias da TVU possuem sim elementos característicos do Jornalismo Público. No entanto, os profissionais o realizam de forma espontânea, intuitivamente, tanto que existem aspectos muito claros que poderiam ser melhorados com o simples conhecimento dos conceitos pregados por este movimento. Fica claro que, se os jornalistas tivessem um contato maior com a filosofia do Jornalismo Público, seria mais fácil inserir a modalidade dentro da programação jornalística da TVU.

5 CONCLUSÃO

Durante a pesquisa de campo realizada na TVU, constatamos que os profissionais daquela emissora não se autodenominam como praticantes do Jornalismo Público e que o conhecimento que os jornalistas possuem sobre esta modalidade jornalística ainda é bastante inconsistente para implantá-lo

efetivamente. No entanto, algumas características pertinentes ao Jornalismo Público estiveram presentes, ainda que de forma intuitiva, nas matérias analisadas no produto de nosso objeto de estudo: o telejornal Universitária Notícias.

O traço fundamental percebido no telejornalismo da TVU durante a pesquisa, e que vai ao encontro da filosofia que rege a prática do Jornalismo Público, foi a preocupação com a qualidade do material que seria veiculado e apreendido pelo receptor. Foi constatada uma grande preocupação das diretoras administrativas e de jornalismo no que concerne à seleção das pautas que seriam produzidas pela equipe, eliminando, sempre, as sugestões vindas de assessorias de comunicação locais, bem como de telespectadores, cujo objetivo fosse de promoção pessoal, empresarial ou político-partidária.

Outro aspecto positivo que também se destacou durante a análise do telejornalismo da TVU foi o interesse coletivo das matérias. Foi apresentado um número considerável de reportagens de interesse público no decorrer de uma semana, tais como saúde pública, ("Faltam vagas nas UTIs de Lavras", "Adolescentes e sexualidade"), problemas da comunidade, políticas públicas ("Prevenção chuvas"), prestação de serviços ("Quadro Profissões", que esclarece as dúvidas dos vestibulando sobre qual curso superior escolher), promoção da cidadania ("Programa de inserção de jovens carentes no mercado de trabalho"). Por se tratar de uma TV Universitária, a dimensão dos assuntos ultrapassava os limites dos interesses

do *campus*, ainda que, muitas vezes, as pautas ficassem presas aos interesses institucionais da universidade.

Tendência do Jornalismo Público brasileiro, a ocorrência de matérias pautadas pelo Terceiro Setor, de abordagem social, esteve presente também no telejornalismo da TVU. De um total de 28 matérias veiculadas no período compreendido entre 10 e 14 de outubro, cerca de 14% foram destinados a assuntos de ordem social, perfazendo um total de 4 matérias. Os temas tratados foram a campanha de arrecadação de cestas básicas para o Natal, lançada pelos motociclistas do município; Programa Jovens Aprendizes de inserção de menores carentes no mercado de trabalho; visita especial a crianças hospitalizadas no Dia das Crianças; Programa Minas sem Fome do Governo do Estado em parceria com a EMATER.

O tempo das matérias produzidas pela equipe de jornalismo da TVU também difere das matérias produzidas nas emissoras comerciais. Não existe preocupação com o número de matérias a exibir, mas sim com a qualidade das informações. Portanto, o tempo destinado às reportagens é adequado para se fazer um entendimento progressivo de forma a possibilitar a compreensão dos receptores. Mas, em partes, o número reduzido da equipe de jornalismo da TVU faz com que a produção não seja suficiente para preencher o tempo de 30 minutos do telejornal. Portanto, com matérias maiores, é necessário uma quantidade menor de reportagens para preencher esta lacuna.

De posse destas conclusões iniciais, podemos afirmar que a TVU possui grande potencial para desenvolver sua programação jornalística dentro dos moldes propostos pelo Jornalismo Público, afinal, algumas características desta modalidade já são praticadas mesmo sem a percepção dos profissionais desta emissora. É claro que alguns fatores vão de encontro à efetivação da consolidação do Jornalismo Público e, o principal deles, no caso da TVU, seria a falta de conhecimento desta nova proposta.

Como motivos para este desconhecimento, poderíamos citar o despreparo dos profissionais da TVU, uma vez que o fenômeno do Jornalismo Público é recente - teve início na década de 90 - e, portanto, os jornalistas devem ter tido pouco, ou nenhum contato, com essa nova forma de fazer jornalístico. Outro fator que contribui para o não desenvolvimento do Jornalismo Público neste canal universitário, especificamente, seria a ausência do curso de Jornalismo na Universidade. A proximidade do universo acadêmico para uma TV Universitária é de extrema importância, pois coloca os profissionais da emissora em contato com teorias e práticas jornalísticas mais atuais, como é o caso do Jornalismo Público.

Existem, porém, alguns entraves que podem prejudicar a implantação do Jornalismo Público dentro do espaço das TVs Universitárias. Como já visto anteriormente no desenvolvimento deste trabalho, o Jornalismo Público tem, como principal objetivo, trabalhar o que é notícia de acordo com os

interesses públicos, sendo, portanto, um jornalismo independente das leis mercadológicas, governamentais e político-partidárias. Mas as TVs Universitárias, em sua maioria, mesmo estando desvinculadas financeiramente destes fatores, possuem uma dependência grande da parte institucional das entidades às quais estão ligadas, principalmente por não serem um departamento autônomo dentro do organograma das IES.

No caso da TVU, essa dependência existe. Podemos verificar que há influência tanto da reitoria como de professores e de coordenadores de departamentos na cobertura jornalística da TV. Isso fica comprovado pela análise da edição do Universitária Notícias exibido em 11/10/2005, quando duas matérias da editoria UFLA foram ao ar. A matéria sobre a produção de ovos no Aviário Santo Antônio, "sugerida" por um dos professores da universidade, evidencia que as TVs Universitárias são vistas pelos departamentos apenas como meio de divulgação das ações das IES, dos projetos desenvolvidos pelos pesquisadores dentro do universo acadêmico e das ações de extensão, voltadas para a comunidade. De certo, a cobertura jornalística deve englobar e divulgar todos estes setores da universidade, mas desde que os assuntos sejam realmente de interesse público e relevantes para a comunidade e, ainda, que os profissionais da área de jornalismo tenham autonomia para exercerem suas funções de produtores, repórteres e editores do material produzido, não sendo sua competência sobrepujada por nenhum outro profissional que não seja da área.

Já a matéria sobre a assinatura de um convênio entre a UFLA e a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) é exemplo clássico de como a reitoria enxerga seu canal universitário como meio de cobertura de suas ações institucionais e dos eventos promovidos pela instituição. Deve-se tomar o cuidado para que, por trás destes pedidos, não haja apenas o interesse de fazer uma documentação para fins de arquivo institucional, e não o interesse de tornar público o conhecimento que está sendo gerado no âmbito das universidades.

Assim, podemos supor que, tendo as TVs Universitárias a autonomia de exercer o jornalismo longe das influências dos setores inseridos no *campus* (reitoria, departamentos, faculdades, institutos, diretório e centros acadêmicos), elas tornam-se o espaço mais adequado, ao lado das TVs Públicas, para exercerem o Jornalismo Público no Brasil.

6 REFERÊNCIAS

ASSIS, Suzem Kellen. O jornalismo da TVU percebido por seus diretores. Lavras, 2005. Questionário respondido em 30 set. 2005, durante pesquisa de campo na TVU.

ABTU - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. *As perguntas mais comuns sobre televisão universitária, a ABTU e a RITU*. Disponível em <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em 10 set. 2005.

BARBEIRO, Heródoto; LIMA, Paulo Rodolfo de. O jornalismo público. In. BARBEIRO, Heródoto, LIMA, Paulo Rodolfo de. *Manual de Telejornalismo: os segredos da notícia*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002. p.35-38.

BRASIL. Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>.> Acesso em 15 out. 2005 .

----- . Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>>. Acesso em 15 out. 2005.

----- . Norma nº 13/97. Serviço de TV a Cabo. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>.> Acesso em 15 out. 2005.

COELHO FILHO, Marco Antônio. A alternativa do Jornalismo Público. In. MARTINS, Luiz (org.); BRANDÃO, Elisabeth; MATOS, Heloiza. *Algumas abordagens em Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003, 64p.

CORREIA, João Carlos. *Jornalismo e espaço público*. Disponível em: www.suigeneris.pro.br/edvariedade_jornalispUBLICO.htm. Acesso em: 06/04/2005.

COUTINHO, Iluska; FELZ, Jorge. O Jornal da Cultura percebido por seus editores: relações entre tecnologia e produção de telejornal em uma emissora pública. *Lumina*. Juiz de Fora: UFJF, v.5, n.2, p.79-95, jul/dez, 2002.

FREITAS, Sandra Maria de. *Jornalismo no Século XXI: mudanças e desafios*. v.1., 327 p Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: UFRJ, 2002. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>.> Acesso em 15 out. 2005.

GUERRA, Flávia. *Seminário discute jornalismo público*. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/divirtase/noticias/2001/jun/10/98.htm>
Acesso em: 06/04/2005.

MAGALHÃES, Cláudio. *TV Universitária: uma televisão diferente*. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>.> Acesso em 15 out. 2005.

MAGALHÃES(b), Mariza Alvarenga Mesquita. O jornalismo da TVU percebido por seus diretores. Lavras, 2005. Questionário respondido em 30 set. 2005, durante pesquisa de campo na TVU.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTINS, Luiz (org.); BRANDÃO, Elisabeth; MATOS, Heloiza. *Algumas abordagens em Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003, 64p.

----- (b). *Civic Journalism: um gênero que o Brasil começa a conhecer*. In. MARTINS, Luiz (org.); BRANDÃO, Elisabeth; MATOS, Heloiza. *Algumas abordagens em Comunicação Pública*. Brasília: Casa das Musas, 2003, 64p.

----- (org.). *Jornalismo Público: o social como valor-notícia*. Brasília: Casa das Musas, 2004, 56p.

PASSOS, Marcelo. *Manual de procedimentos em jornalismo público*. Belo Horizonte: Rede Minas, 2002.

PRIOLLI, Gabriel. *Televisão Universitária: TV educativa em terceiro grau*. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/arquivos.asp>>. Acesso em 01 out. 2005.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. *A TV Universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV Fema em Assis (SP)*. V.1. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Curso de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade de Marília, Marília, 2005. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>>. Acesso em 15 out. 2005.

RIBEIRO, Maria Piedade Fernandes; SOUSA, Vânia Pinheiro de. *Elaboração de trabalhos acadêmicos: monografias (TCC), dissertações, teses e memoriais*. Juiz de Fora: UFJF, 2004.

TAVARES, Rogério. *As Televisões Universitárias*. Disponível em <<http://www.abtu.org.br/legislacao.asp>>. Acesso em 15 out. 2005.

TEIJEIRO, Carlos Alvarez. *Comunicación, Democracia y Ciudadanía: fundamentos teóricos del Public Journalism*. Buenos Aires: Ciccus-La Crujía, 2000. 282 p.

TORNERO, José Manuel Pérez. *Televisión y democracia: la recuperación Del servicio público*. Universidad Autónoma de Barcelona, 2001. Mimeografado.

TV CULTURA. *Jornalismo Público*: guia de princípios.
Disponível em:
www.tvcultura.com.br/jornalismo/guiadeprincipios.htm.
Acesso em : 06/04/2005.

-----(b). *Jornalismo Público da TV Cultura*. Disponível em:
www.tvcultura.com.br/jornalismo/guiadeprincipios.htm.
Acesso em : 04/04/2005.

7 ANEXOS

ANEXO 1: QUESTIONÁRIO: O JORNALISMO DA TVU PERCEBIDO POR SEUS DIRETORES. RESPONDIDO PELA DIRETORA ADMINISTRATIVA DA TVU – MARIZA ALVARENGA – E PELA DIRETORA DE JORNALISMO, SUZEM KELLEN ASSIS

Como são levantadas as pautas pela equipe?

Marisa - Através da orientação de uma jornalista, que além de editora, é também nossa diretora de jornalismo, por pesquisas em jornais, internet, sugestões do jornalista da Assessoria de Comunicação da Ufla, telespectadores e também fatos que acontecem na cidade e na região.

Suzem – As pautas da TV Universitária são levantadas da seguinte maneira: através de contato da comunidade com a redação da tv, convites e também pesquisa na Internet. Mas como a TVU é uma emissora educativa, ligada a uma universidade com tradição agrícola, nossas pautas são baseadas também nos trabalhos de extensão e científicos realizados pela instituição.

Existe um trabalho intenso de assessoria de imprensa no município?

Marisa - Trabalhamos em parceria com todas as assessorias existentes na cidade e também na região.

Suzem - Não. Infelizmente não podemos contar com o apoio de assessoria de imprensa no município./ Aliás, o “pessoal aqui” da região não sabe o que é esse tipo de trabalho. Confundem assessoria com propaganda barata ou politicagem mesmo. É difícil filtrar todas essas informações que chegam até nós, mas no fim conseguimos sempre mudar o enfoque do que “eles” querem para de fato atender o interesse da comunidade.

Existe algum assunto que tenha preferência dentre os demais?

Marisa - Todo assunto que envolve educação, cultura e entretenimento.

Suzem - Preferência não, mas uma atenção especial aos eventos realizados na Ufla, como por exemplo, simpósios, congressos, encontros, etc.

Existe algum assunto que não merece atenção da TVU? Qual seria o motivo?

Marisa - O único assunto que não merece destaque em nosso Sistema de Comunicação são todos aqueles ligados à política, quando envolvem promoção pessoal e interesses partidários.

Suzem - Como disse agora a pouco, damos uma atenção especial aos eventos da Ufla, porque a emissora pertence a ela. Graças a Deus não pertence a nenhuma prefeitura ou partido político. Pertencemos a uma universidade que nos pede apenas para cobrir eventos educativos, de interesse tanto da comunidade interna quanto externa.

Existem assuntos recorrentes dentro dos programas jornalísticos?

Marisa - Todos os assuntos veiculados na TVU passam pela direção de jornalismo e não permanecemos presos a qualquer assessoria de comunicação.

Suzem - Acho que não entendi essa pergunta! Recorrentes... se for isso, acho que sim principalmente quando esses assuntos são levantados pela comunidade. Por exemplo: se a câmara municipal é contra o aumento salarial dos servidores públicos municipais a tv vai atrás de todos envolvidos, levanta outros temas que indireta ou diretamente estão ligados.

Existe alguma linha editorial que rege a equipe de jornalismo?

Marisa - Obedecemos a linha educativa.

Suzem - Sim. Aqui nós ouvimos os dois lados sempre.

Como é a rotina de trabalho?

Marisa - Iniciamos os trabalhos às 8 horas da manhã, com intensa atividade na redação, através de rondas em setores como Polícia Militar e Federal, Corpo de Bombeiros e áreas de saúde, para tomarmos conhecimento do que aconteceu na cidade e na região. Mas todos os acontecimentos, se divulgados, são abordados de forma educativa, contribuindo para o crescimento da comunidade.

Suzem - Muito cansativa (aliás você pôde conhecer de perto). Por ser uma emissora educativa temos certas limitações quando o assunto é dinheiro. Se fôssemos uma emissora comercial teríamos mais "liberdade" para vender determinado tipo de produto durante a nossa programação, como, por exemplo, bebidas, etc.

São feitas reuniões ao longo do dia?

Marisa - Durante a semana acontecem reuniões nos diversos dias da semana com cada equipe separadamente, como por exemplo, na segunda-feira com o controle mestre e edição; na terça-feira cinegrafistas; na quarta-feira reunião conjunta; na quinta-feira, com os repórteres e responsáveis pela produção de pauta. Discutimos constantemente, toda manhã e tarde, dependendo da disponibilidade de tempo.

Suzem - Aqui na TV tínhamos reuniões todos os dias com o pessoal da ilha de edição, redação e cinegrafistas. Mas o serviço foi apertando e a reunião que acontecia todos os dias da semana acabou virando uma só, que é feita em conjunto às quartas-feiras. É o único momento que temos para "lavar a roupa suja".

Como é a relação com as fontes no município?

Marisa - A credibilidade da TVU é tão grande aqui em Lavras que todas as vezes que procuramos qualquer entrevistado, todos têm o maior interesse em nos responder e até mesmo em participar de matérias e entrevistas.

Suzem - Acho que é normal. Recebemos todas as informações só que elas são filtradas até virar uma pauta.

Existe uma boa receptividade dos entrevistados à equipe da TV?

Marisa - Pela resposta anterior, a receptividade é muito boa.

Suzem - Graças a Deus sim. As pessoas do interior ainda se encantam quando ficam conhecendo o trabalho de uma equipe de televisão, o que não acontece nas grandes cidades, onde as pessoas têm verdadeira aversão a câmera de vídeo e ao microfone.

Como são tratados os assuntos relativos à administração pública do município?

Marisa - Divulgamos todos aqueles que achamos ser de interesse da comunidade, mas sempre com muita imparcialidade.

Suzem - Com seriedade e muito cuidado, porque sempre existe interesse político por trás.

Como a TVU lida com a produção científica da Universidade?

Marisa – Hoje, com muita proximidade, estamos buscando divulgar as pesquisas, voltando sempre os temas para o dia a dia. Um exemplo muito bom que digo sempre para os repórteres é: “O que a D. Maria da esquina vai entender dessa matéria”?

Suzem - Deveria ser fácil, mas não é! As informações demoram a chegar até nós. Isso se deve ao fato de não existir uma assessoria de imprensa na universidade.

Qual é o papel do receptor na estrutura jornalística da TVU?

Marisa - Não nos preocupamos somente com os telespectadores intelectualizados, mas sim com toda a comunidade.

Suzem - Para nós é fundamental. Por estarmos em uma cidade pequena, o feedback é muito grande. As pessoas quando não gostam de uma matéria ou não aprovam determinada coisa ligam ou nos procuram imediatamente.

Existe algum meio que proporcione a interatividade com os telespectadores?

Marisa - Programas participativos, como, por exemplo, o programa médico Raio-X e também o Espaço Mulher, nos quais temos a participação da comunidade fazendo perguntas ao vivo, mas nunca de linha direta. As perguntas são recebidas por um estagiário na TVU que leva ao apresentador.

Suzem - Sim. Percebemos o quanto somos assistidos através das ligações e participações do telespectador durante a exibição de algum programa produzido por nós.

A programação é pensada para manter a audiência ou para formar cidadãos?

Marisa - Como a TVU é uma TV educativa, nos preocupamos muito mais com a formação de cidadãos do que com a audiência, pois sabemos que formar cidadãos, na atual situação que nosso país está vivendo. Certamente buscamos audiência com a nossa programação, mas nunca deixando de lado a qualidade.

Suzem - Acho que as duas coisas. Estaria mentindo se respondesse apenas formar cidadãos. Trabalhamos aqui para produzir matérias agradáveis para o nosso público, mas sem deixar de lado o interesse educativo.

O fato de ser veiculado por um canal público (Rede Minas) influencia nas atividades da TVU?

Marisa - Acredito que não, pois fazemos o nosso trabalho independentemente de ser veiculado no mesmo canal e sempre voltado para a educação e formação do indivíduo para a prática da cidadania, que é o que necessitamos.

Suzem - Nenhum pouco.

A TVU é considerada como um canal público, comunitário ou educativo (existe esta percepção)?

Marisa - A TVU adota um perfil de atender a comunidade na qual está inserida de maneiras educativa e informativa, procurando abordar temas do dia-a-dia.

Suzem - As pessoas percebem que existe uma forte ligação com a Universidade Federal de Lavras, mas acho que ainda não existe essa percepção, infelizmente.

Que iniciativas existentes comprovam essa prática?

Marisa - Os telejornais 1ª e 2ª edições.

Suzem - Coincidentemente algumas edições do jornal vão ao ar com um número "excessivo" de matérias da Ufla. Isso é raro acontecer, mas acontece.

Como vocês classificam o jornalismo produzido pela TVU?

Marisa - Um jornalismo diversificado, que envolve matérias da Universidade (ensino, pesquisa e extensão) e também fatos da cidade e da região.

Suzem - Acho que o nosso jornalismo é um misto de científico (pesquisas da universidade), comunitário (ligado diretamente à comunidade) e às vezes investigativo (quando existem denúncias).

Os profissionais já tiveram contato com o Jornalismo Público (conhecem essa modalidade)?

Marisa - Desconhecemos a nomenclatura. Mas, pelo conceito, a TVU já utiliza o jornalismo público nas matérias de interesse do cidadão.

Suzem - Acho que o jornalismo que produzimos aqui é público, já que é de interesse de toda a comunidade e não de um grupo específico, mesmo a emissora estando ligada a uma universidade.

Vocês acreditam que seja possível um canal universitário praticar o Jornalismo Público?

Marisa - Nada nos impede de praticar o Jornalismo Público.

Suzem – Sim, acho que é o que fazemos.

Quais seriam as dificuldades de inserir essa prática no telejornalismo da TVU?

Marisa - Como o nosso jornalismo já escuta as duas partes, não sentiríamos dificuldades em praticar este tipo de jornalismo.

Suzem - Teríamos dificuldades se fôssemos ligados, por exemplo, ao governo do estado como é o caso da REDE MINAS./ Aí sim, teríamos que obedecer a um padrão com enfoque na administração do governo do estado.

Como é a relação da TVU com a audiência? Existe preocupação em mantê-la?

Marisa - Por sermos a única TV da cidade, nossa audiência é muito boa e a preocupação de mantê-la ou aumentá-la a cada dia é constante. Para isso, voltamos nossas matérias aos anseios da comunidade divulgando informações que acreditamos ser a carência de todos.

Suzem - Preocupação com a audiência não, mas sim com a qualidade do que vai ser exibido para o nosso telespectador.

Já foi feito algum estudo sobre a audiência da Tv Ufla?

Marisa - Sim. Em julho de 2004 solicitamos à empresa MDA uma pesquisa de audiência de toda a nossa programação, sendo que a da 2ª edição do telejornal foi de 79%.

Suzem - Nesses seis anos de TV Universitária apenas uma pesquisa foi encomendada pela emissora. Na época foi feita uma parceria com a empresa responsável pela realização da pesquisa na cidade.

Existe alguma outra injeção de verba, como apoio cultural?

Marisa - Sim. Os apoios culturais.

Suzem - Sim, apoio cultural, mas infelizmente isso ainda é insuficiente para manter a TV que vive em déficit todo mês. Mas espero que as coisas possam melhorar.

ANEXO 2: TRANSCRIÇÃO MATÉRIA “PRODUÇÃO DE OVOS”

| | | |
|----------------------------------|------------|----------------------------|
| UNIVERSITÁRIA NOTÍCIAS 2ª EDIÇÃO | 11/10/2005 | MATÉRIA “PRODUÇÃO DE OVOS” |
|----------------------------------|------------|----------------------------|

| | |
|--|---|
| | <p>LOC – UM DOS PRINCIPAIS ALIMENTOS DO DIA-A-DIA, PRINCIPALMENTE POR SUA VERSATILIDADE, O OVO DE GALINHA É PRODUZIDO EM GRANDE ESCALA NO PAÍS./ MAS ANTES DE APOSTAR NO RAMO É PRECISO PLANEJAMENTO. ///</p> |
|--|---|

////////RODA VT////////

**BENEDITO LEMOS DE OLIVEIRA
DIRETOR DE PRODUÇÃO**

**BENEDITO LEMOS DE OLIVEIRA
DIRETOR DE PRODUÇÃO**

////////SOBE SOM////////

OFF1: A AVICULTURA BRASILEIRA SEGUE EM RITMO ACELERADO E COM BONS RESULTADOS, PRINCIPALMENTE NO MERCADO EXTERNO. ATUALMENTE, O BRASIL OCUPA A TERCEIRA POSIÇÃO NO RANKING DOS GRANDES PRODUTORES MUNDIAIS DE OVOS, PERDENDO APENAS PARA OS ESTADOS UNIDOS E CHINA. MAS PARA INVESTIR NO SETOR, O PRODUTOR PRECISA TOMAR ALGUNS CUIDADOS.

////////SONORA////////

OFF2: MINAS GERAIS É O SEGUNDO MAIOR PRODUTOR DE OVOS DO BRASIL. O PROCESSO DE FUNCIONAMENTO DE UM AVIÁRIO É RELATIVAMENTE SIMPLES. OS OVOS CHEGAM DAS GRANJAS E SÃO COLOCADOS NESTE DEPÓSITO. DAQUI, SEGUEM PARA UM OUTRO GALPÃO. OS OVOS *IN NATURA* PASSAM PELA RECEPÇÃO E PELA OVOSCOPIA. COM A AJUDA DESTA LUZ, A FUNCIONÁRIA SEPARA OS OVOS QUEBRADOS E SUJOS. O PRÓXIMO PASSO É A PESAGEM ELETRÔNICA. NESSA FASE OS OVOS SÃO SEPARADOS POR PESO E TAMANHO.

DEPOIS VÃO PARA O SETOR DE EMBALAGEM E SÃO DESPACHADOS EM CAMINHÕES. MESMO COM INVESTIMENTOS EM TECNOLOGIA, O CONSUMO DE OVOS NO BRASIL AINDA É CONSIDERADO PEQUENO.

////////SONORA////////

OFF3: ESTE AVIÁRIO, QUE FICA EM

ANEXO 3: TRANSCRIÇÃO QUADRO “PROFISSÕES”

| | | |
|----------------------------------|------------|------------------------------|
| UNIVERSITÁRIA NOTÍCIAS 2ª EDIÇÃO | 13/10/2005 | QUADRO “PROFISSÕES”: TURISMO |
|----------------------------------|------------|------------------------------|

| | |
|--|--|
| | LOC – OITO MIL QUILOMETROS DE PRAIAS, FLORESTAS, CACHOEIRAS E MONTANHAS./ O BRASIL É UM PARAÍSO PARA O TURISMO./ E HÁ MUITO QUE SER EXPLORADO./NA REPORTAGEM SOBRE PROFISSÕES |
|--|--|

| | |
|---|--|
| <p>//////RODA VT//////</p> <p>ANDERSON ALVES SANTOS COORD. CURSO TURISMO - FAGAM</p> <p>THAÍS GOMIDE DE CASTRO ESTUDANTE</p> <p>ALEXANDRE MAGNO DE SOUZA ESTUDANTE</p> | <p>VOCÊ VAI VER QUE O PROFISSIONAL DE TURISMO TEM UM PAÍS ENORME PARA SER DESCOBERTO E PRESERVADO.///</p> <p>//////SOBE SOM//////</p> <p>OFF1: HOTÉIS, AGÊNCIAS E EVENTOS. O PROFISSIONAL DE TURSIMO ATUA EM TODAS ESSAS ÁREAS. O CURSO AINDA É NOVO NO BRASIL E A PROFISSÃO DE TURISMÓLOGO AINDA NÃO É REGULAMENTADA. A QUALIFICAÇÃO VEM COM A FACULDADE. NO BRASIL, CERCA DE DUZENTAS OFERECEMO CURSO SUPERIRO EM TURISMO.</p> <p>//////SONORA//////</p> <p>OFF2: AS REGIÕES SUL E SUDESTE TÊM O MAIOR NÚMERO DE FACULDADES DE TURISMO E TAMBÉM DE PROFISSIONAIS. POR AQUI, O ECOTURISMO VEM GANHANDO ESPAÇO E INVESTIMENTOS. O PROFISSIONAL DE TURISMO É QUEM PLANEJA O QUE FAZER PARA EXPLORAR O POTENCIAL DE UMA ÁREA E PROMOVER SEU DESENVOLVIMENTO. PRECISA SER BEM INFORMADO, CRIATIVO E FALAR IDIOMAS. A FAIXA SALARIAL VARIA DE MIL E DUZENTOS A QUINZE MIL REAIS.</p> <p>//////SONORA//////</p> <p>OFF3: ALEXANDRE TRABALHA COM HOTELARIA HÁ SEIS ANOS. COM A IMPLANTAÇÃO DO CURSO EM LAVRAS, RESOLVEU ENTRAR PARA A FACULDADE PARA FICAR MAIS PREPARADO.</p> |
|---|--|

| | |
|--|--|
| <p>ANDERSON ALVES SANTOS COORD. CURSO TURISMO - FAGAM</p> | <p>//////SONORA//////</p> <p>OFF4: O MERCADO DE TRABALHO É PROMISSOR. EM LAVRAS, O TURISMO DE NEGÓCIOS GANHA FORÇA COM OS INVESTIMENTOS QUE SÃO FEITOS PRINCIPALMENTE PELAS UNIVERSIDADES. NOVOS HOTÉIS ESTÃO SENDO CONSTRUÍDOS E MAIS PROFISSIONAIS TERÃO OPORTUNIDADE DE TRABALHO.</p> |
| <p>JORGE MAURÍCIO ESTUDANTE</p> | <p>//////SONORA//////</p> <p>OFF5: NO FIM DO CURSO, OS ALUNOS TÊM QUE APRESENTAR UM PROJETO QUE PODE SER APROVEITADO NO TURISMO LOCAL.</p> |
| <p>ANDERSON ALVES SANTOS COORD. CURSO TURISMO - FAGAM</p> | <p>//////SONORA//////</p> <p>OFF6: PARA SE MANTER NO MERCADO, O PROFISSIONAÇL NÃO PODE DEIXAR NUNCA DE INVESTIR NOS ESTUDOS.</p> <p>//////SONORA//////</p> |

ANEXO 4: TRANSCRIÇÃO MATÉRIA “APARECIMENTO DE ESCORPIÕES”

| | | |
|----------------------------------|------------|---------------------------------------|
| UNIVERSITÁRIA NOTÍCIAS 2ª EDIÇÃO | 11/10/2005 | MATÉRIA: “APARECIMENTO DE ESCORPIÕES” |
|----------------------------------|------------|---------------------------------------|

| | |
|--|---|
| | <p>LOC: NESSA ÉPOCA DO ANO, COM A CHEGADA DO CALOR E DO PERÍODO CHUVOSO, REAPARECE UM ANTIGO</p> |
|--|---|

//////RODA VT//////

**UBIRATÃ DA CUNHA
MORADOR**

**CARLOS ROGÉRIO
SUPERINTEND. VIGILÂNCIA SANITÁRIA**

**INIMIGO: O ESCORPIÃO./ O TRABALHO DE
CONTROLE E COMBATE AO ANIMAL JÁ
COMEÇOU NOS BAIRROS.///**

//////SOBE SOM//////

OFF1: COM O FORTE CALOR DAS ÚLTIMAS SEMANAS E O ACÚMULO DE LIXO NOS CÓRREGOS QUE CORTAM A CIDADE, A PROLIFERAÇÃO DE ALGUNS ANIMAIS É INEVITÁVEL. NA CASA DE SEU UBIRATÃ. QUE FICA PRÓXIMA AO CENTRO DE LAVRAS, A APARIÇÃO DE ESCORPIÕES DENTRO DE CASA JÁ COMEÇOU. O ESCORPIÃO MENOR FOI ENCONTRADO DENTRO DO QUARTO.

//////SONORA//////

OFF2: A VIGILÂNCIA SANITÁRIA JÁ RECEBEU, ESTE ANO, CENTO E SETENTA E CINCO PEDIDOS DE DETETIZAÇÃO. O SINTOMA DE QUEM É PICADO POR UM DESSES BICHOS É DE DORES MUITO FORTES NO LOCAL ONDE A PESSOA FOI PICADA. EM ALGUNS CASOS, ACONTECE ALTERAÇÃO DE PRESSÃO ENTRE OUTROS PROBLEMAS. O IDEAL É IR DIRETO A UM HOSPITAL E FICAR EM OBSERVAÇÃO POR, NO MÍNIMO, SEIS HORAS.

A VIGILÂNCIA SANITÁRIA, QUE TRABALHA COM UM NÚMERO LIMITADO DE AGENTES, BUSCA, NA MEDIDA DO POSSÍVEL, ATENDER À POPULAÇÃO

//////SONORA//////

OFF3: QUEM MORA PRÓXIMO AOS CÓRREGOS E LOTES BALDIOS SÃO OS MAIS ATINGIDOS PELOS PROBLEMAS. SEGUNDO

| | |
|--|---|
| <p>CARLOS ROGÉRIO SUPERINTEND. VIGILÂNCIA SANITÁRIA</p> <p>CARLOS ROGÉRIO SUPERINTEND. VIGILÂNCIA SANITÁRIA</p> | <p>O SUPERINTENDENTE DA VIGILÂNCIA SANITÁRIA, O SERVIÇO DE DETETIZAÇÃO NÃO FICA NADA BARATO PARA O MUNICÍPIO.</p> <p>//////SONORA//////</p> <p>OFF4: O TRATAMENTO PARA A PESSOA QUE É PICADA POR UM ESCORPIÃO É FEITO POR ANESTÉSICOS E ANALGÉSICOS. PARA O SUPERINTENDENTE, A MELHOR SOLUÇÃO PARA EVITAR O APARECIMENTO DE ESCORPIÃO É DEIXAR O QUINTAL SEMPRE LIMPO.</p> <p>//////SONORA//////</p> |
|--|---|