



PESQUISA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

TV Universitária de Votuporanga: um estudo sobre o veículo - situação e possibilidades

Trabalho apresentado ao Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação – Seção: Comunicação audiovisual (cinema, rádio e televisão).

Alunas: Grazielle Karine de Marchi¹

Thais Sanches Franzi²

Coordenadora do Projeto: Giselda F. Poiani Gomes³

Colaboradoras: Fátima Aparecida dos Santos⁴

Eunice Ferreira Vaz Yoshiura⁵

UNIFEV- CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOTUPORANGA

Resumo

Essa pesquisa pretende estudar a TV Universitária de Votuporanga enquanto um veículo que busca identidade através de uma programação que tem como princípio a produção acadêmica da UNIFEV.

Deste modo, as articulações formadas entre a academia e a comunidade local possibilitou a identificação do público; com o propósito de investigar os pontos de resistência ao canal, seus valores e preconceitos, identificar o perfil demográfico, a frequência com que assistem a TVU, e se existe a dificuldade na recepção do sinal, verificando quantitativa e qualitativamente seu potencial de consumo e a visibilidade que a TVU tem junto a comunidade.

Palavras-chave

Televisão Universitária; comunidade; identidade; produção; conteúdo.

¹ Graduanda em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda; 5.º Período.

² Graduanda em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda; 5.º Período.

³ Profª. Publicitária em Fundamentos da Propaganda e Planejamento de Campanha.

⁴ Profª M.Sc. em Comunicação e Semiótica.

⁵ Profª Dr.ª em Comunicação, Criatividade e Cidadania: usos da mídia e grupos sociais.



1. TV UNIVERSITÁRIA E A UNIFEV

Este trabalho tem por finalidade descortinar a verdadeira função da TV Universitária de Votuporanga, suas condições de produção a partir do conhecimento acadêmico da UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga - e a sua difusão para um público local, que desconhece as possibilidades da emissora e da própria academia enquanto geradora de educação e cultura.

A UNIFEV, com aproximadamente 7 mil alunos distribuídos em 25 cursos nas áreas das Ciências Humanas, Exatas e Biológicas, divididos em dois *campi* universitários e o terceiro em construção, divide seu *campus* central com a FREV – Fundação Rádio Educacional de Votuporanga, criada em 1987 com a Rádio Universitária FM. Alguns anos depois, em 30 de março de 1989, foi criada a TV Universitária de Votuporanga, inaugurada como retransmissora da TVE Brasil (Rio de Janeiro), para a comunidade local.

Segundo a ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária - o conceito de Televisão Universitária é ainda ambíguo; ela designa a produção laboratorial de TV dos estudantes universitários sendo face institucional da universidade e vitrine de suas produções para sociedade, pois ela também é feita para o público em geral. Para outros é uma televisão de programação voltada exclusivamente ao público estudantil, e alguns acreditam que por ela ser universitária, deve ser apenas educativa, sem função de entretenimento. A ABTU ainda afirma que a televisão universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos).⁶

A TV Universitária de Votuporanga, com características próprias, tem a preocupação de oferecer suporte profissional aos estudantes, além de elaborar programas vinculados a UNIFEV - produzindo educação, cultura e informação aos telespectadores. Ela funciona como laboratório ao curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, mas não está apenas ligado a estes trabalhos, pois embora seu dever seja investigar e experimentar, é também instrumento de informação usado pela comunidade local.

⁶ ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br/duvidas.asp>> Acesso em: 16 de maio de 2006.



1.1 INTERESSES DA TV JUNTO A UNIFEV

Esta pesquisa foi desenvolvida com base no projeto: “TV UNIVERSITÁRIA DE VOTUPORANGA - RECEPTIVIDADE E PRODUÇÃO: um processo voltado para a autosustentabilidade do veículo”, escrito pelos professores Giselda F. Poiani Gomes e Luciano José Dami que tem como um dos objetivos traçar o perfil da audiência da TV para descobrir qual a sua identidade e criar mecanismos de incentivo da televisão universitária como instrumento de apoio ao patrimônio cultural próprio que estimule a valorização da diversidade tornando compatível a multi-culturalidade com a estabilidade dos valores locais.

De acordo com a estabilidade dos valores locais como alternativa de incentivo à emancipação cultural, que também podem ser explorados em uma TV educativa, nos apoiamos em Edgar Morin para refletir sobre as discussões em educação para o século XXI.

A cultura é constituída pelo conjunto dos saberes, fazeres, regras, normas, proibições, estratégias, crenças, idéias, valores, mitos, que se transmite de geração em geração, se reproduz em cada indivíduo, controla a existência da sociedade e mantém a complexidade psicológica e social. Não há sociedade humana, arcaica ou moderna desprovida de cultura, mas cada cultura é singular. Assim, sempre existe a cultura nas culturas, mas a cultura existe apenas por meio das culturas.(MORIN, 2001, p.56)

Por este motivo quando falamos em diversidade cultural e pluralidade de indivíduos dentro da sociedade temos que atrelar os fatos de que a cultura é aparentemente fechada em si mesma para guardar sua identidade, mas ao mesmo tempo também é aberta, pois assimila os saberes e técnicas vindas de fora. Assim a difusão do conhecimento gerado na academia, neste sentido, deverá atrelar-se ao potencial de promoção da televisão, do reforço de valores de convivência democrática, o atendimento a demandas de informação e de entretenimento, a inclusão e a participação social, além do apoio à comunidade. Sem esquecer de todos os problemas institucionais, dilemas conceituais e confrontos que esta proposta de TV alternativa oferece.

A partir dos anos 80 o controle remoto permitiu a mudança e sintonia de canais disponíveis aos telespectadores com mais frequência provocando uma verdadeira revolução do meio. Este fato possibilitou a partir deste período a existência de múltiplos

emissores de comunicação, de múltiplas mensagens, e o fim daquilo que servia de base a época crítica anterior: o monopólio em torno de um único transmissor. Dentro desta perspectiva entendemos que a busca por uma identidade e a criação de temas, através da produção acadêmica da UNIFEV, para uma programação que esteja voltada à comunidade receptora, deverá constituir uma nova possibilidade para a TV Universitária de Votuporanga.

1.2 TV UNIVERSITÁRIA – PRODUÇÃO E CONTEÚDO

Através do estudo desse projeto, verificamos que falta à TV Universitária de Votuporanga um vínculo entre sua produção e sua receptividade. Ela ainda não possui nenhum mecanismo que forneça informações sobre a sua imagem institucional perante a comunidade local. Assim sendo, colocamos em prática uma pesquisa que pretendia avaliar a audiência e a importância da TV Universitária de Votuporanga quanto à disseminação de informação para o público em geral. Identificar se uma programação educacional e cultural, voltada para esta comunidade, despertaria o interesse, em contrapartida aos programas oferecidos por outros canais de TV aberta.

Na programação das televisões abertas regionais, pode ser amplamente observável o telejornalismo, trabalhado com questões populares e informativas. Mesmo estas tendo programas bastante diversificados, quando se fala em regionalismo elas oferecem programas como: esportivos, informativos e de entretenimento, sempre é claro evidenciando os jornalísticos, pois são os que “mantém-se em evidência em todas as grades de programação”. (SOUZA, 2004, p.152)

Verificando as programações das TVs abertas regionais que competem com a TV Universitária encontramos temáticas investigativas e ágeis no jornalismo; dicas ao produtor rural e de eventos culturais que mostram matérias sobre cinema, teatro, comportamento, música, beleza, saúde, moda, culinária, artesanato; e também matérias sobre pesca esportiva, destacando as belezas naturais e a preservação ambiental, além de outros como: esportivos, costumes e cultura paulista, oportunidades de negócios e entrevistas com personalidades, artistas e empresários.

Considerando que “... o hibridismo se mostra como a própria condição estrutural dos produtos culturais” (MACHADO, A., 2001, p.68), quando o autor nos leva a entender que



os gêneros televisuais não se fecham mais em uma espécie de classificação, mas que podemos tratar dentro de uma categoria que abrange a produção audiovisual em TV, temos a possibilidade de entender, por meio de nossa pesquisa, que uma produção com temáticas geradas pela academia, pode ser viabilizado por produções alternativas que venham despertar no público receptor o seu interesse. Para *Ciro Marcondes Filho*:

A instauração de um novo ritmo de atividade mental, através de sua linguagem de trocas rápidas de cenas, da pequena duração dos diálogos, principalmente, dos mecanismos visuais que retém a atenção mesmo do mais entediado, cansado ou distraído telespectador. Com sons, imagens, impactos, essa linguagem busca chacoalhá-lo em sua poltrona, pois de sua atenção depende a sobrevivência da emissora e a venda de espaços para os anunciantes. (1988, p.103)

Diante dessa possibilidade que o meio oferece, e levando em consideração seu grande poder de persuasão na construção mental das pessoas, a produção de uma TV Universitária possibilita a transmissão de educação, informação e conhecimento que chega até a população, aumentando o seu repertório e contribuindo para a formação social e humana do indivíduo.

Ao contrário das TVs abertas comerciais, a TV Universitária de Votuporanga é retransmissora do canal educativo TVE Brasil, entrando no ar, hoje, por quatro horas diárias. Essa programação tem como objetivo principal a execução de teledifusão educativa e prestação de serviços, obedecendo à legislação federal específica das TV's educativas.

A TV Universitária possui um telejornal diário, com notícias sobre os acontecimentos da cidade de Votuporanga e dos projetos executados pelo corpo docente e discente da UNIFEV.

Os programas “Direitos do Cidadão” e “Vivendo com Saúde”, esclarecem as dúvidas da população em questões jurídicas e de saúde, entrevistando profissionais da área; advogados, médicos e professores dos cursos de Direito, Enfermagem, Educação Física, Farmácia, entre outros, com a participação ao vivo dos telespectadores por telefone.

Os programas “Uniclips”, “Palco” e “Sala de Cinema” possuem variações inspiradas nas categorias entretenimento e informação, ao mesmo tempo em que enriquece o repertório cultural dando dicas de filmes, atende a pedidos do público com os cliques musicais. Já o Palco, é um programa musical com artistas da cidade e região, que valoriza a cultura local oferecendo espaço e oportunidade para cada artista mostrar seu trabalho.

Uma programação diferenciada e com conteúdo voltado para a comunidade, propicia

a valorização da análise e do espírito crítico e questionador; graças a estes fatores somados ao fato da emissora ter um caráter essencialmente educativo, tornou-se um laboratório de profissionais, pois entre as atividades de extensão laboratoriais desempenhadas pelos alunos, estão as produções de pauta e de programas, bem como as reportagens, edição de textos, apresentação e fechamento do telejornal.

2. TV UNIVERSITÁRIA UM ESTUDO DE CASO

Nossa pesquisa tinha como objetivo ser geradora de uma articulação e reestruturação na programação do veículo em questão, mostrando as possíveis mudanças no seu potencial educativo junto à opinião pública, na aceitação do telespectador, tudo com procedimentos novos e significativos para a evolução de nosso objeto de estudo, que é a TV Universitária.

Por este motivo optamos por uma metodologia de pesquisa que permitisse coletar as informações tanto quantitativas, quanto qualitativamente, para comprovar a necessidade de uma reestruturação. Assim coletamos informações que podem dar apoio na reformulação dos interesses da programação produzida pelo veículo junto a UNIFEV, no que diz respeito à educação, cultura, artes, ciência e todo conhecimento interdisciplinar da instituição, avaliando a possibilidade das pessoas pesquisadas tornarem-se fonte permanente de opinião, que direcionem a TVU em sua produção e conteúdo, na tentativa de criar um vínculo entre o veículo e os grupos receptores representativos. A pesquisa também procura saber a aceitação do público, com o propósito de investigar os pontos de resistência ao canal, seus valores e preconceitos, identificar o perfil demográfico, a frequência com que assistem a TVU, e se existe a dificuldade na recepção do sinal, verificando quantitativamente seu potencial de consumo e a visibilidade que a TVU tem junto a comunidade local .

Foram escolhidas as metodologias aplicadas ao ESTUDO DESCRITIVO DE CASO e ao ESTUDO DESCRITIVO ESTATÍSTICO. Segundo Beatriz Santos Samara e José Carlos de Barros, o Estudo Descritivo de Caso ou Pesquisa Qualitativa tem como característica principal compreender em profundidade e analisar qualitativamente todas as informações obtidas, identificando as motivações e respondendo as questões “como? e por quê?”. Deve – se ter sempre em mente que: “A totalidade de qualquer objeto, quer físico, biológico ou social, é uma construção intelectual.” (Gil, 1996, p. 121), uma vez que não dispomos de meios concretos para definir precisamente estes limites. O estudo de caso



não pode ser considerado uma técnica que realiza a análise do indivíduo em toda sua unicidade, mas é uma tentativa de abranger as características mais importantes do tema que se está pesquisando, bem como seu processo de desenvolvimento.

Adotando também o Estudo Descritivo Estatístico buscamos uma análise quantitativa das relações de audiência, respondendo a questão “quanto?”, com a finalidade de atingir os objetivos propostos a partir da elaboração de amostras da população. O que se pretende é extrapolar os resultados obtidos na amostra para verificar a aceitação do público, identificar seu perfil, conhecer suas características e saber os motivos pelos quais assistem e preferem, ou não, a programação da TV Universitária de Votuporanga.

Com uma amostra representativa da população, podemos traçar uma linha que mostre a tendência das opiniões a respeito de algum problema e até predizer uma tendência futura. Dentro desta perspectiva optamos pela Pesquisa de Opinião por ser um tipo de pesquisa que vai permitir-nos, além do levantamento da opinião do público sobre a TVU, manter um relacionamento permanente com estes, abrindo um canal entre a audiência e o veículo.

Para Samara e Barros, a amostra é uma parte de um universo ou população, que podem ser de pessoas, empresas, entidades, famílias, lojas, etc; assim a amostragem em questão pode ser considerada como: AMOSTRAS PROBABILÍSTICAS, pois utilizamos conceitos estatísticos para compô-la.

Dentro dos procedimentos de obtenção de amostras probabilísticas de nossa pesquisa temos: *Probabilística Simples* - a escolha do entrevistado foi aleatória dentro de nosso universo; *Probabilística Estratificada* – subdividimos a população por idade e de ambos os sexos; e *Probabilística por Conglomerado* – exigiu a utilização de mapas do município para subdivisão da área em cinco setores (abrangendo todos os bairros).

O método de coleta de dados usado para este estudo de caráter quantitativo e qualitativo foram entrevistas domiciliares e por telefone (de inquérito pessoal) com formulário único aplicado tanto para quem assiste a TV Universitária quanto para quem não assiste, sendo assim efetuado em todos os bairros da cidade, dentro do critério de amostragem adotado.

Então, para atingir os objetivos propostos de medir a audiência (saber quantas pessoas assistem) e ainda ouvir a opinião da população sobre o veículo, buscamos o



IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia Estatística⁷, como fonte orientadora para a determinação da amostra. Dentro da perspectiva apresentada como fonte oficial, escolhemos aleatoriamente pessoas entre 18 e 69 anos, que diferente de zero compõem nossa amostragem, num total de 50.615 habitantes na faixa etária escolhida, sendo que a cidade possui cerca de 80 mil habitantes. Nossa amostra foi de 500 pessoas, o que representa dentro do município de Votuporanga, 1% da população total desta faixa etária. Estudando sobre metodologias de pesquisa descobrimos que com 1% desta população seria possível para uma avaliação competente com aplicação dos formulários. Assim partimos para elaboração de um plano de trabalho.

Inicialmente 1% da amostra seria selecionada a partir de grupos formados pelas comunidades de bairro de Votuporanga (estes grupos encontravam-se em recesso e alguns ainda sem presidente), assim para atender o cronograma proposto pelo projeto fomos buscar os grupos formados pelas paróquias das igrejas católicas locais (que distribuídos em setores perfazem toda a extensão urbana do município). Fizemos o primeiro contato com as paróquias e constatamos que ainda não seriam esses os grupos que poderiam fornecer uma amostra representativa que atendesse nossos objetivos, pois eles não possuem critérios de organização em relação a faixa etária, motivo que impediria uma avaliação final e precisa sobre as características da população em estudo.

Por fim dividimos a cidade em cinco setores, e os questionários foram sendo aplicados nos respectivos bairros, sendo realizados aproximadamente 513 formulários na extensão do município.

As pesquisas de campo começaram dia 06 de fevereiro e terminaram no dia 21 de março de 2006; foram 44 dias totais e 31 trabalhados, pois não realizamos pesquisas aos sábados e domingos. Nos primeiros doze dias as pesquisas foram trabalhadas em campo, no período da manhã nas periferias da cidade, conseguimos aproximadamente 200 questionários, entretanto a dificuldade de encontrar os pesquisados em suas residências (horário de trabalho), nos levou a pensar em outro modo de abordagem. Continuamos as pesquisas, agora por telefone, durante quatro dias, e descobrimos que estávamos obtendo o mesmo resultado, assim continuamos por telefone os dezesseis dias restantes até concluir todos os 313 questionários que faltavam.

⁷ IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Cidades, Votuporanga. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/>> Acesso em: 03 de março de 2006.



Cada pesquisador com um questionário, realizava as perguntas preenchendo um gabarito; esta ação junto ao pesquisado possibilitou a descoberta de informações além do questionário, pois existia um diálogo entre pesquisador e pesquisado, assim nossa pesquisa caracterizou-se também como pesquisa de opinião, que segundo Ana Lúcia Romero Novelli, tornou – se um método de investigação científica para a maioria dos campos do conhecimento, inclusive em Comunicação Social.(DUARTE ; BARROS (Org). p. 164.)

Como método quantitativo, a pesquisa de opinião nos possibilitou uma vasta coleta de dados. Dentre seus aspectos positivos, pode-se destacar a possibilidade de que a investigação do problema ocorreu em ambientes reais, sem a necessidade de lançar mão de recursos laboratoriais e o baixo custo de aplicação ao se considerar a quantidade de informação recolhida.

As respostas nos ofereceram informações como: 60% dos pesquisados assistem a TVU e os outros 40% não; dentre os que assistem 50% indicam o TVU Jornal como o mais visto; e em relação ao tipo de programação que gostariam de ver na TV Universitária a maior parte optou pela alternativa que detinha uma programação diversificada (infantil, culinária e nutrição, esportivo, reportagens especiais sobre agronegócios, profissão e ciência). A TV atinge todas as faixas etárias pesquisadas, sendo representado por 74% de um público que é feminino. Considerando o fato de estarmos em uma cidade do interior paulista descobrimos que 87% dos pesquisados almoçam em casa, isso explica o motivo pelo qual o TVU Jornal é o mais assistido (transmitido ao meio dia – indicada a maior frequência no horário de almoço).

A pesquisa extrapolou os fatos oferecidos pelo formulário, pois foi possível identificar questões pessoais de cada entrevistado, quando mantivemos contato direto com cada um deles, por telefone ou pessoalmente. A TVU não é uma opção contínua entre os pesquisados, mas é uma escolha entre as crianças, pela programação infantil disponibilizada pela TVE. Os entrevistados sentem-se fora deste universo (televisão) e desconhecem que a TV esteja voltada à comunidade.

Com a análise dos resultados levantados, em relação a atual situação da TV Universitária de Votuporanga, temos uma nova visão dos problemas que pode contribuir para o planejamento da reestruturação da TVU na cidade; muitos não conhecem a programação e nem sabiam da existência de uma TV Universitária (aqui existe a possibilidade de se trabalhar uma campanha de divulgação para a TV com: cartazes,



folders e cartões de visita que tenham informações de como eles podem entrar em contato e dar sugestões de reportagens).

Ajudará também na construção de uma nova identidade, pois a pesquisa identifica a falta desta quando as pessoas confundem programas da TVE Brasil com os da TVU.

Os resultados com a pesquisa podem ser apresentados para a ACV - Associação Comercial de Votuporanga – num demonstrativo da quantidade da população que a TVU atinge, e estes resultados podem oferecer subsídios para a adesão das empresas locais na forma de apoio cultural.

Assim a TV Universitária como geradora de conhecimento pode apoiar-se neste estudo identificando erros e acertos, avaliando seu posicionamento na fundamentação de cada programa que ela venha exibir.

Os próprios procedimentos de uma nova pesquisa, possivelmente com outra metodologia, são significativos para mudanças com relação ao nosso objeto de estudo.

A continuidade deste trabalho ainda poderá contribuir com a criação de um Núcleo de Pesquisa em Comunicação dentro da própria TVU; porque a pesquisa com o telespectador deve ser permanente para gerar um relacionamento entre a população local e o meio (veículo).

Este estreitamento criará condições favoráveis ainda do ponto de vista da produção televisiva: nas decisões administrativas que estão diretamente voltadas a produção de conteúdos, gêneros, formatos e horários da programação e também na resposta às contribuições da própria academia (UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga) para esta produção.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DA VIÁ, Sarah Chucid. *Opinião pública: técnicas de formação e problemas de controle*. São Paulo: Edições Loyola, 1983.

DUARTE, José; BARROS, Antônio (Org). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. 164 p.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1996.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. *Metodologia do trabalho científico*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. 2.ed. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2001.

MARCONDES FILHO, CIRO. *Televisão: a vida pelo vídeo*. São Paulo: Moderna, 1988.103 p.

MORIN, Edgar. *Os sete saberes necessários para educação do futuro*. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

PACHECO, Elza Dias. *Televisão, criança, imaginário e educação: dilemas e diálogos*. Campinas: Papyrus, 1998.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. *Pesquisa de marketing: conceitos e metodologia*. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

SEVERINO, Antônio Joaquim. *Metodologia do trabalho científico*. 22. ed. rev. e ampl. de acordo com a ABNT – São Paulo: Cortez, 2002.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. *Gêneros e formatos na televisão brasileira*. São Paulo: Sumnus, 2004.