



TVs Universitárias como Espaço para a Prática do Jornalismo Público¹

Francisco Ângelo BRINATI²

Michelle Fabiene Pires Ferreira GUIMARÃES³

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

RESUMO

O presente artigo propõe uma reflexão sobre a existência de um espaço destinado à prática do jornalismo público, no Brasil, que vai além das fronteiras das emissoras públicas de televisão. Trata-se das TVs universitárias, entidades que estão vinculadas a Instituições de Ensino Superior e, portanto, em tese, independem da lógica comercial e das interferências do estado. Por meio de uma pesquisa quali-quantitativa realizada na TVU da Universidade Federal de Lavras, pôde-se verificar que esta modalidade de jornalismo é praticada pelo canal universitário em questão, no entanto, sem a devida percepção de seu potencial para tanto.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; TVs universitárias; jornalismo público, instituições de ensino superior.

Introdução

O mundo universitário ainda é desconhecido para a maioria da população, que não tem acesso ao ensino superior. Em contraponto, o cotidiano destas pessoas é, em tese, diretamente influenciado pela atividade das universidades, pois é no meio acadêmico que são desenvolvidas novas tecnologias e serviços que, em curto e médio prazo, estarão ao alcance do público. Além disso, grande parte dos recursos utilizados nos projetos das Instituições de Ensino Superior (IES) provém da comunidade, que paga os impostos – no caso das instituições públicas – e mensalidades – no caso das instituições particulares.

Para informar à sociedade sobre suas realizações científicas as IES fazem uso de diversas ferramentas, tais como revistas, boletins informativos, jornais institucionais e comunicações em eventos especializados, que atingem essencialmente o público interno. A fim de atingir a comunidade, busca-se incrementar os serviços de assessoria de imprensa, através da produção de *releases* enviados aos jornalistas dos diversos veículos de comunicação. Algumas instituições criam suas próprias agências de notícias

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestrando em Comunicação e Sociedade pela Facom-UFJF, email: chicobrinati@yahoo.com.br.

³ Bacharel em Comunicação Social pela Facom-UFJF, email: pires.jornalista@gmail.com.



e outras apostam nas chamadas pré-pautas, no intuito de pautar a mídia sobre os temas das pesquisas e trabalhos desenvolvidos. Apesar de todos esses esforços, nem sempre a veiculação de matérias sobre os temas propostos é garantida.

Vinculadas às IES e, simultaneamente, em constante contato com a comunidade na qual está inserida, encontram-se as TVs universitárias, espaço de apoio para a divulgação das ações das universidades junto à sociedade. Nestes veículos, o tratamento das mensagens ocorre de forma jornalística, uma vez que, teoricamente, essas emissoras possuem jornalistas comprometidos com o interesse público e não somente institucional. Nos telejornais veiculados nesses canais, são exibidos conteúdos que vão além da produção científica realizada dentro dos limites dos muros universitários. Os fatos mais relevantes do dia, a realidade da comunidade à qual pertence e as principais discussões presentes na vida do “cidadão comum” são colocadas em pauta, com o diferencial de manter um olhar de cunho educativo.

Assim sendo, as TVs universitárias praticam um jornalismo de interesse público em detrimento de um jornalismo de caráter institucional. O que leva, então, esses veículos a deixarem de ser uma mera vitrine para as instituições às quais estão vinculadas para priorizar as reportagens de interesse público? Para responder a essa questão, é preciso entender as relações que as universidades mantêm com a sociedade enquanto instituições públicas comprometidas com a tríade ensino, pesquisa e extensão.

Um olhar sobre a relação universidade-sociedade

A sociedade atual é composta por um complexo sistema de organizações de diferentes tipos – empresas privadas ou públicas, entidades de classes, associações, sindicatos, escolas, hospitais, igrejas, imprensa e muitas outras. São estas instituições que contribuem para viabilizar todo o funcionamento da sociedade e, por isso, é também delas que dependemos para viver e satisfazer as nossas necessidades, seja na esfera econômica, cultural, política ou de relacionamento social. Dentro deste complexo sistema social existente, também fazem parte as universidades que, tanto quanto as demais organizações citadas anteriormente, possuem um objetivo próprio e estão sujeitas às ameaças e concessões do ambiente no qual estão inseridas. Apesar de ser uma organização formal, uma universidade possui peculiaridades que a tornam diferente das demais instituições e entidades, o que se explica por suas finalidades, tipo de atividades, formas de controle e funções que desempenham na sociedade.



Vários autores já descreveram complexamente “o que é uma universidade”. No entanto, um conceito desenvolvido em uma linguagem singular consegue sintetizar a essência dessas instituições:

A universidade é um lugar privilegiado, mas não só ela, para conhecer a cultura universal e as várias ciências, para criar e divulgar o saber; mas deve buscar uma identidade própria e uma adequação à realidade nacional. Suas finalidades são o ensino, a pesquisa e a extensão. Ela é a instituição que forma, de maneira sistemática e organizada, os profissionais, técnicos e intelectuais de nível superior que as sociedades necessitam (WANDERLEY, 1985, p.11).

Portanto, a universidade exerce importância fundamental na construção da sociedade, uma vez que possui um compromisso com o passado, atuando na preservação da memória; com o presente, gerando novos conhecimentos e novos profissionais; e com o futuro, funcionando como vanguarda, produzindo e aplicando novos conceitos, técnicas e tecnologias.

Essas IES não podem, portanto, se isolar do mundo e das realidades em que estão inseridas, acreditando que todo o conhecimento produzido no interior de seus muros não causa impactos do lado de fora. Muito pelo contrário. Devido ao caráter, em tese, interdisciplinar, crítico, descomprometido e idealista, as universidades são uma das mais visíveis instituições voltadas para a mudança social.

A concepção da universidade como ilha do saber transformou-a em ilha de reclusão. Tem dificuldade para sair de si e buscar inspiração no saber externo. Não consegue fugir do papel de legitimidade de um saber contestado. Fecha-se na tentativa de manter, a todo custo, seu poder (BUARQUE, 1989, p.24 apud KUNSCH, 1992, p.27).

É preciso que a universidade se engaje nos problemas nacionais, se envolva com os desafios regionais, avalie e revigore os programas de natureza cultural e científica para que possa oferecer soluções por meio de projetos de pesquisa e, ainda, prestar serviços à comunidade através dos programas de extensão. Neste contexto, as TVs universitárias despontam como um espaço potencial para a prática do jornalismo público em seus espaços informativos, por se tratarem de veículos de comunicação ligados ao setor público, mas não diretamente ligado a uma esfera de poder, e, portanto, desvinculados, a priori, de qualquer lógica de mercado. Assim sendo, esse tipo de emissora configura-se, em primeira análise, como um território livre das influências políticas e mercadológicas a que estão submetidas as TVs públicas e comerciais.

Contudo, para entendermos melhor a relação entre as TVs universitárias e o jornalismo público, faz-se necessário, primeiramente, conhecer e discutir melhor esses dois conceitos



TVs universitárias: história e conceitos

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 emissora 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 TV 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.

No entanto, não é possível dizer que a televisão universitária tenha começado efetivamente no Brasil há cerca de 40 anos. Até 1995, quando 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. Por meio dessa legislação, 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, organizações 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 IES a investirem no campo da comunicação audiovisual.

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 educativo-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 à época eram controladas por IES, o total de canais em operação subia para 49. Apesar desta expansão, o conceito de TV universitária ainda não é compartilhado por todas as instituições que a produzem, mas o portal da ABTU traz a seguinte definição:

Televisão Universitária é aquela produzida por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida 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. Magalhães faz uma definição simplificada a partir da qual 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).

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 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.

Compondo a estrutura das faculdades de comunicação social, as TVs universitárias fazem parte do processo laboratorial, sendo, portanto, um espaço de aprendizagem destinado aos estudantes, onde acontece toda a parte prática relativa à teoria televisiva ensinada nas salas de aula. Tavares (2005) destaca 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.



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).

Além de atuarem nestas duas linhas, essas emissoras operam como um poderoso instrumento de extensão das universidades, visto que seu conteúdo deve ser produzido para o público em geral, ainda que privilegie o universo acadêmico e seu entorno. As TVs universitárias têm, 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. Ainda de acordo com Tavares (2005), as matérias “precisam revelar de que maneira as instituições de ensino superior trabalham para melhorar o dia a dia das pessoas”.

Jornalismo público: origens e aplicações

Pesquisas realizadas nos Estados Unidos, na década de 90, apontavam que os americanos se encontravam muito mais satisfeitos com a qualidade dos anúncios publicitários veiculados em seus jornais diários do que com a qualidade das informações jornalísticas. Não surpreende, portanto, o fato de, na mesma década, 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 tinha como objetivo reintegrar os cidadãos à vida democrática, através do exercício de um jornalismo de interesse público, e não “do público”. Este novo conceito foi 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 motivos 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 estava entre as temáticas originárias da nova proposta jornalística em questão.



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.

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 notícias⁴ (TEIJEIRO, 2000, p. 224).

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?

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 e as edições mais elaboradas. No caso do telejornalismo, o trabalho dos cinegrafistas fica mais autoral e até a apresentação – parte mais visível deste formato jornalístico – sofre impacto sensível. As matérias passam a ter um tratamento diferente daquele dado ao produto jornalístico das emissoras comerciais. Contudo, no Brasil, o desenvolvimento do jornalismo público está diretamente ligado às emissoras públicas de televisão, o que pode se tornar uma ameaça à modalidade, como demonstraremos a seguir.

Jornalismo público no Brasil: TVs universitárias como alternativas

Como gênero, o jornalismo público ainda não adquiriu o mesmo *status* de outras especializações, como, por exemplo, o jornalismo investigativo, o policial, o

⁴ Tradução livre dos autores. *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.*



científico e o econômico. No Brasil, a modalidade já encontrou adeptos na imprensa brasileira, sendo praticada, declaradamente, pelas redes públicas de televisão, 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.

Todavia, 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, em diversos casos, se confundem com matérias institucionais, onde são mostradas viagens dos governadores, assinaturas de convênios e inauguração de projetos.

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 IES às quais estão vinculadas, além de verbas advindas de apoios culturais.

Tornero (2001) faz uma listagem dos principais traços do telejornalismo tradicional aos quais o jornalismo público se opõe, tanto quanto o jornalismo educativo das TVs universitárias: aspectos emotivos, dramáticos e espetaculares emprestados à linguagem televisiva devido às necessidades comerciais de conseguir grandes audiências; simplificação e redução do grau de complexidade das questões de que trata a televisão, necessárias pela necessidade de serem compreendidas pela grande massa; discurso abreviado e desestruturado, geralmente sem história e sem memória; personalização e identificação (real ou de personagens), gerando protagonistas televisivos, também chamados de “a elite sem poder”; o conflito, que é por si mesmo um valor do discurso televisivo; 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.

Além das características às quais se opõem serem comuns, outras que as duas modalidades jornalísticas buscam praticar são bastante semelhantes. Barbeiro e Lima (2002) resumem, de maneira bastante didática, algumas características do jornalismo público que são perfeitamente aplicáveis ao jornalismo das TVs universitárias: busca por fontes alternativas e autônomas de saber para fundamentar as reportagens;



orientação por uma pauta pluralista; o *hard news* cede espaço para as reportagens de análise; não objetiva a conquista de mercado e, por este motivo, pode se comprometer em exercer a busca do interesse público; não se confunde com o assistencialismo e a filantropia, ainda que, no Brasil, ele tenda a cobrir os assuntos do terceiro setor.

Mas será que as próprias TVs ligadas às universidades se compreendem como um espaço tão promissor para o avanço do jornalismo público em nosso país? No intuito de responder a esta questão, fez-se necessária a análise *in loco* do material produzido por um destes veículos. A escolha foi feita pela TVU da Universidade Federal de Lavras (Ufla), no sul de Minas Gerais. A motivação deu-se pelo fato de não existir o curso de Comunicação Social/Jornalismo na instituição, eliminando, assim, a possibilidade de o veículo funcionar apenas como espaço cedido ao ensino e pesquisa, mas fundamentalmente à extensão, levando as notícias da região aos domicílios lavrenses.

Presença do jornalismo público no telejornalismo da TVU

“Um jornalismo diversificado que envolve matérias sobre ensino, pesquisa e extensão praticados pela Universidade Federal 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. Já 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 a elaboração de uma visão crítica sobre o jornalismo praticado pela TVU, fez-se necessária uma análise quali-quantitativa do nosso objeto de pesquisa: o Universitária Notícias, telejornal que leva aos telespectadores de Lavras e região notícias factuais e de utilidade pública. Em um primeiro momento, a pesquisa buscou encontrar elementos pertinentes ao jornalismo público nas reportagens veiculadas pela TV universitária. Durante uma semana, entre os dias 26 e 30 de setembro de 2005, o trabalho da equipe da TVU foi acompanhado de forma ativa, inclusive auxiliando na produção de pautas. A análise do conteúdo jornalístico produzido pela emissora foi baseada nas edições do telejornal Universitária Notícias 2ª Edição, exibidas entre os



dias 10 e 14 de outubro de 2005, quando foram veiculadas um total de 28 matérias⁵. O gráfico 1 explicita a divisão das reportagens por editoriais.

Foi apresentado um número considerável de reportagens de interesse público no decorrer de uma semana, sendo elas relacionadas à saúde pública, (“Faltam vagas nas UTIs de Lavras”, “Adolescentes e sexualidade”); problemas da comunidade/políticas públicas (“Prevenção no período de chuvas”, Aparição de escorpiões no período chuvoso); prestação de serviços (quadro “Profissões”); promoção da cidadania (“Programa de inserção de jovens carentes no mercado de trabalho”).

Tendência do jornalismo público brasileiro, a ocorrência de matérias pautadas pelo terceiro setor, de abordagem social, esteve presente também no telejornalismo da TVU. 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.

De posse desta análise quantitativa, concluímos que, em uma semana, a TVU exibiu 10 reportagens com traços do jornalismo público, o que representa 26% do total dos 28 VTs veiculados e analisados. O gráfico 2 ilustra esta proporção. Partindo deste resultado, a pesquisa objetivou uma análise quantitativa das matérias exibidas, a fim de, não apenas identificar as características do jornalismo público presentes, como também, levantar oportunidades onde este jornalismo poderia ter sido praticado e não foi feito. Para esta segunda etapa, foram selecionadas três reportagens distintas.

Como as matérias de serviço⁶ podem ser consideradas as mais características do jornalismo público brasileiro, foi possível identificar, já em uma primeira análise, este elemento no quadro “Profissões”, cujo objetivo é esclarecer aos jovens os aspectos dos diversos cursos que podem ser escolhidos na hora de fazer a 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.

⁵ As gravações dos programas foram cedidas pela própria TVU.

⁶ Matérias cuja função é explicar ao telespectador os procedimentos que precisam ser tomados para a realização de determinados serviços. Ex.: quando e como sacar o FGTS? Como fazer para tirar um passaporte? Quem deve ser vacinado na campanha de vacinação contra a rubéola? O que fazer para combater o mosquito da dengue? Datas de inscrições em vestibular (entre outros).



No quadro “Profissões” do dia 13/10/2005, estava sendo abordada a profissão de turismólogo. O curso de Turismo é oferecido por uma faculdade particular tradicional de Lavras, 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 dos cursos de Turismo no Brasil no *off*⁷ do repórter. Em uma sonora, o coordenador da Fagam fala sobre a estrutura do curso na faculdade. O repórter entra com uma narração tratando das áreas de atuação do turismólogo e do perfil ideal para quem planeja trabalhar nesta área. Uma segunda entrevista apresenta uma estudante expressando sua satisfação com a opção feita. Fugindo dos padrões do telejornalismo, o personagem é apresentado já na metade da reportagem em um terceiro *off*, seguido da fala do estudante de Turismo em questão. A quarta narração do repórter traz informações sobre o mercado de trabalho para os turismólogos e é casada com outra sonora do coordenador de curso. Na sequência, o repórter explica o processo de conclusão do curso e é complementado com uma fala de outra estudante que trata da necessidade de elaborar um projeto final na área. É feito, então, o *off* de encerramento, chamando, novamente, uma sonora com o coordenador de curso, que explica a necessidade de realização de um estágio obrigatório.

Uma segunda matéria analisada, e que possuía características do jornalismo público, foi 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 apresentação, pelo repórter, de uma busca por soluções para o problema apresentado. 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**

⁷ *Off*: Texto escrito e narrado por um repórter durante uma reportagem.



ANIMAL JÁ COMEÇOU NOS BAIRROS.///

No primeiro *off* da matéria aparece uma informação redundante que já havia sido utilizada na cabeça lida pelo locutor. Na sequência, temos a sonora do personagem dizendo que enfrenta o problema durante o ano inteiro e, naquela época, o problema se agrava. Em seguida, o repórter informa sobre o número de ocorrências desta natureza registradas pela Vigilância Sanitária Municipal e logo parte para a descrição dos sintomas de quem sofre uma picada de escorpião. Ainda no mesmo texto, explica-se a atuação da Vigilância Sanitária, chamando uma sonora com o superintendente do órgão, que explica o procedimento a ser tomado no caso da aparição do animal na residência. O terceiro *off* chama outra entrevista com a mesma fonte, desta vez para falar sobre o alto custo das dedetizações. O repórter encerra a matéria falando sobre o tratamento feito no caso de picadas de escorpiões. O VT termina com uma sonora do mesmo superintendente da Vigilância Sanitária explicando como evitar o aparecimento destes animais.

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, tais como o número de ocorrências registradas naquele ano pelo Corpo de Bombeiros, principais motivos dos incêndios, locais das ocorrências e das reincidências. Valeria, ainda, fazer uma sonora com um representante dos bombeiros dando dicas à população sobre como evitar incêndios e, também, 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.

Considerações finais

A partir da análise feita do telejornalismo da TVU, podemos perceber que as matérias veiculadas pela emissora possuem elementos característicos do jornalismo público. O traço fundamental percebido, e que vai ao encontro desta modalidade, é a preocupação com a qualidade do material que seria exibido e apreendido pelo receptor. Ficou constatada uma grande cautela das diretoras administrativa e de jornalismo no que concerne à seleção das pautas que seriam produzidas pela equipe, eliminando, sempre, as sugestões vindas de assessorias de comunicação, 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 caráter coletivo das matérias. Mesmo se tratando de uma TV universitária, a dimensão dos assuntos ultrapassava os limites dos interesses do *campus*, ainda que, em alguns dias, houve a veiculação de matérias presas aos interesses institucionais da universidade, como eventos e assinaturas de convênios.

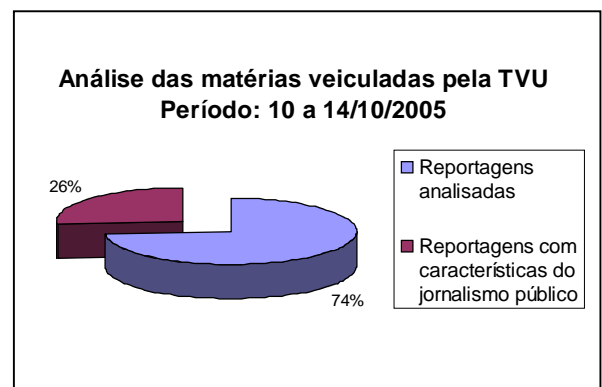
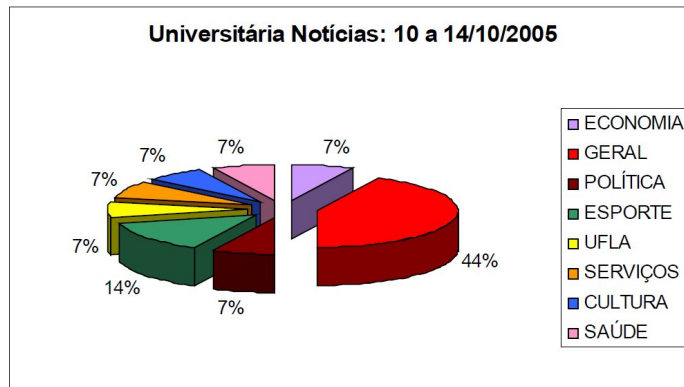
De posse destas conclusões iniciais, podemos afirmar que a TVU possui grande potencial para desenvolver sua programação jornalística dentro dos moldes propostos pelo jornalismo público. Apesar de os profissionais daquela emissora não se autodenominarem como praticantes da modalidade em questão, algumas características deste gênero já são praticadas em seu telejornal, ainda que de forma espontânea ou intuitiva. Prova disso é que existem aspectos muito claros que poderiam ser melhorados com o simples conhecimento dos conceitos pregados pelo jornalismo público.

Um dos motivos seria a falta de conhecimento desta nova proposta. Pela pesquisa realizada, 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 de forma consciente e intencional. No caso analisado, este é o principal fator que vai de encontro à efetivação da consolidação do jornalismo público, afinal, o conhecimento que os jornalistas possuem sobre este gênero ainda é bastante inconsistente para implantá-lo de forma efetiva.

A origem que explica a existência deste entrave encontra-se no fato de a Ufla não contar com a graduação de Jornalismo em seu quadro de cursos disponíveis. A proximidade do universo acadêmico para uma TV universitária é de extrema importância, pois coloca os profissionais em contato com teorias e práticas jornalísticas mais atuais, como é o caso do jornalismo público. A partir desta constatação, entende-se que os jornalistas atuantes na TVU devem ter tido pouco ou nenhum contato com essa nova forma de fazer jornalístico.

Fica claro, enfim, que as TVs universitárias configuram-se em um espaço com grande potencial para a prática do jornalismo público, por se encontrarem em um ambiente de experimentação e pesquisa de novas formas de produção jornalística, além de cumprir com a função de extensão universitária, veiculando reportagens de interesse público em detrimento daquelas de cunho institucional. Todavia, faz-se necessária a capacitação dos profissionais que atuam nessas emissoras com relação a esta nova modalidade de jornalismo, para que possam praticá-la de modo consciente – e não apenas intuitivo – e, assim, desfrutar ao máximo das condições favoráveis que o ambiente universitário propicia para o desenvolvimento do jornalismo público por seus veículos de comunicação, explicitamente, as TVs universitárias.

Anexos





Referências bibliográficas

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. Paginação irregular.

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. Paginação irregular.

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.

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.

FERREIRA, Michelle Fabiene Pires. *TVs Universitárias e a Prática do Jornalismo Público: a TVU da Universidade Federal de Lavras*. Monografia. Faculdade de Comunicação - Universidade Federal de Juiz de Fora: Juiz de Fora, 2006.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. *Universidade e Comunicação da Edificação da Sociedade São Paulo*: Loyola, 1992.

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

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. Paginação irregular.

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

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

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

WANDERLEY, Luiz Eduardo. *O que é Universidade*. 4ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1985.