



Agentevê: uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV¹

Jairo FARIA²

Fernando O. PAULINO³

Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

O trabalho tem como objeto expor os procedimentos metodológicos que resultaram na produção do vídeo-piloto do programa televisivo de ouvidoria da UnBTV, canal universitário do Distrito Federal. O *Agentevê* é criado no intuito de contribuir para a abertura de um espaço de participação da sociedade na programação e na construção da UnBTV, apresentando-se como importante mecanismo para assegurar a responsabilidade social do canal. O projeto também sugere a criação de uma estrutura de ouvidoria para a UnBTV composta de um Conselho de Telespectadores e um ouvidor que receba críticas e sugestões dos telespectadores e atue no debate para a produção das edições do programa *Agentevê*.

PALAVRAS-CHAVE: tevê universitária; UnBTV; ouvidoria; programa de tevê; responsabilidade social.

INTRODUÇÃO

A proposta do programa *Agentevê* é inserir uma reflexão sobre a forma de fazer comunicação dentro da UnBTV. Para esse debate, toma como laboratório o canal universitário do Distrito Federal (Canal 6 da NET; www.cpce.unb.br/unbtv), analisando temas levantados por meio de críticas da comunidade sobre a programação da emissora.

O objetivo principal do programa é agir como ferramenta de ouvidoria para a UnBTV, garantindo um canal de mediação entre o público que a assiste e as pessoas que trabalham na produção diária da tevê. Além disso, o programa surge no intuito de fortalecer a participação, na UnBTV, da comunidade ligada direta ou indiretamente à Universidade de Brasília (UnB) e gerar reflexão a partir do debate de temas relacionados à programação do canal universitário.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade Produção em Jornalismo Interpretativo.

² Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo, graduado pela Universidade de Brasília no 2º semestre de 2009, email: jairofaria@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade de Brasília, email: fopaulino@gmail.com.



O programa se apresenta como um mecanismo de autorregulação (BERTRAND, 2002) da UnBTV e tem como proposta contribuir no incentivo à responsabilidade social na TV Universitária brasileira, bem como nos outros veículos de comunicação.

O vídeo-piloto *Agentevê* possui um apresentador que faz a mediação entre as questões levantadas pelos telespectadores e o trabalho realizado na emissora. Para isso, apresenta entrevistas e analisa casos relativos à programação do canal. Cada edição do programa tratará de um tema específico, preferentemente sugerido pelos telespectadores da tevê.

É proposta do trabalho estimular a criação de um Conselho de Telespectadores da UnBTV, constituído por representantes do público que assiste à emissora, bem como de setores da comunidade acadêmica. O Conselho seria responsável pela análise da programação e pela proposição de temas para o programa.

O projeto também propõe a instituição de um ouvidor para a UnBTV, responsável por transformar as sugestões e análises do Conselho de Telespectadores em edições do programa *Agentevê*. Assim, o conselho também teria a tarefa de subsidiar o ouvidor em suas análises. O ouvidor também se responsabilizaria por receber manifestações (críticas, elogios e sugestões) advindas dos diversos telespectadores – por meio de correio eletrônico criado para tal fim (agentevé.unbtv@gmail.com) e outros canais de comunicação que podem vir a ser estabelecidos para esse propósito – e fazer a mediação entre as pessoas que assistem ao canal e a redação da emissora.

2 OBJETIVO

2.1 Objetivos gerais:

- Produzir um vídeo-piloto de programa de ouvidoria para a UnBTV, bem como um roteiro modelo que permita sua continuidade;
- Propor a criação de um conselho de telespectadores para o canal universitário;
- Estimular a instituição da figura de um ouvidor que atue como mediador entre a emissora e a comunidade.

2.2 - Objetivos específicos:

- Propor a criação de mecanismos de fomento para a participação da comunidade na UnBTV;
- Estimular a prática de responsabilidade social no canal universitário;



- Contribuir para a inserção de debates sobre a comunicação na programação da UnBTV;
- Disponibilizar ferramentas e mecanismos que estimulem a continuidade do programa na emissora;
- Fomentar a criação de um canal direto de comunicação entre a UnBTV e a sociedade;
- Servir de fonte para outras iniciativas, tais como a implantação de um conselho ouvidor para a UnB e para outros órgãos ligados à Universidade, por exemplo a Secretaria de Comunicação – Secom e a futura Rádio UnB;
- Incentivar o surgimento de outras experiências de programa de ouvidoria na televisão brasileira.

3 JUSTIFICATIVA

O trabalho se justifica por estabelecer parâmetros que incentivem a criação de um programa de ouvidoria para a UnBTV. Isso permite que seja estabelecida uma relação de mediação entre a comunidade que a UnB envolve, direta ou indiretamente, e as pessoas que trabalham na produção diária da tevê.

A ideia do projeto surge de inquietações relativas ao papel do ouvidor na mídia. Com base em outras experiências, o programa *Agentevê* é criado no intuito de suprir uma demanda de maior aproximação da UnBTV com seus telespectadores e toda a comunidade da universidade.

Além disso, o trabalho visa incentivar outras experiências de ouvidoria na mídia, tendo em vista a escassa quantidade de *ombudsmans* na imprensa brasileira e “que o cargo poderia contribuir para trazer avanços éticos no comportamento da mídia”. (MENDES, 2002)

No Brasil não se tem notícia de emissoras de televisão produzindo programas que atuem como ferramenta de ouvidoria. Apesar disso, é possível citar iniciativas que atuam no sentido de criar tal mecanismo, como é o caso da TV Cultura, que possui um *ombudsman* atuante em sua página *web*, e a TV Brasil, que tem uma ouvidoria estabelecida que atualmente planeja a produção de um programa de tevê.



Além do fato de existirem poucas iniciativas desse tipo na televisão brasileira, o projeto contribui para o fortalecimento do canal universitário e se apresenta como um importante mecanismo para que a emissora tenha maior reconhecimento dentro e fora da Universidade de Brasília.

A estruturação de uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV se mostra como uma importante ferramenta de autorregulação (BERTRAND, 2002), que contribui para a maior participação da comunidade no canal universitário do Distrito Federal. Além disso, serve de base para o surgimento de novas ideias relativas à construção de uma maior participação da sociedade nos meios de comunicação brasileiros.

A consolidação de uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV também é importante para inserir debates fundamentais ligados à maneira de fazer comunicação. Esse espaço de discussão pode funcionar tanto como um mecanismo de controle da sociedade sobre os conteúdos da emissora quanto como uma ferramenta de prestação de contas da UnBTV para a comunidade.

A sugestão de estruturação do Conselho de Telespectadores da UnBTV também aparece como importante contribuição deste trabalho para as atividades da emissora. Um conselho se apresenta como importante oportunidade de espaço para a construção de bases para a autorregulação da TV.

O trabalho também indica a criação da figura do ouvidor, mecanismo importante para servir de mediação entre a emissora e a sociedade. O cargo de ouvidor pode estimular o processo de prestação de contas de uma emissora, já que é responsável por organizar e atuar na produção das atividades de toda a ouvidoria.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

De acordo com Harris Watts, um programa de televisão deve sempre procurar entreter e informar. Segundo o autor, informar é fazer que o telespectador “saiba mais sobre alguma coisa do que ela sabia no início do programa” e entretenimento é “alguma coisa que as pessoas querem ver”. Watts afirma ainda que um programa de tevê “pode interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertar sua vontade de assistir” (WATTS, 1990: pág. 20).

O programa *Agentevê* segue essa linha de raciocínio. A partir da análise de outros programas de *ombudsman* para a televisão, nota-se que muitos deles não possuem uma



linguagem dinâmica que atraia o telespectador. Por isso, a proposta do programa é levar informações importantes para quem o assiste sem deixar que o telespectador perca o interesse pela produção.

Foram analisadas edições de oito programas de ouvidoria: *A Voz do cidadão*, produzido pela rede pública de televisão portuguesa, RTP; *RTVE Responde*, da espanhola RTVE; e os programas de ouvidoria de seis canais colombianos (RCN, Caracol, Telepacífico, Canal Capital, Teleantioquia e Canal 13).

Vale ressaltar que, no caso da Colômbia, existe uma lei que obriga todos os canais privados a produzirem um programa de ouvidoria⁴. Para a realização do produto, foram selecionados para análise seis emissoras que disponibilizavam as edições em suas páginas.

Jairo Faria Mendes relatou como interessante a experiência de *ombudsman*-leitor na Revista Imprensa, em 2000. Segundo o autor, o leitor Juvêncio Mazzarollo foi convidado por Tão Gomes, Diretor de Redação da revista à época, após enviar um e-mail com críticas à revista (MENDES, 2002: pág. 52).

É possível notar que em muitos dos programas televisivos de ouvidoria analisados são convidados funcionários das redações dos canais e em poucos casos há a participação direta dos telespectadores no debate em estúdio. No entanto, é possível também que telespectadores sejam chamados para participar do programa.

Essa estratégia possibilita que telespectadores possam conhecer mais a fundo a rotina de produção da UnBTV. Ademais, permite que seja instaurado um processo de aprendizado, onde é valorizado o direito à comunicação dos próprios telespectadores.

Uma das propostas deste trabalho é sugerir à emissora a criação de um Conselho de Telespectadores da UnBTV. Esse tipo de organização seria de grande importância para o embasamento e a gestão do programa *Agentevê*. O conselho seria formado por telespectadores da UnB, representados por pessoas dos diversos setores que compõem a comunidade universitária.

⁴ COLOMBIA. *Ley 335, de 1996*. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley 182 de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan otras disposiciones. Disponível em: <http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0335_1996.html>. Acesso em: 18abr.2010.



Para isso, é necessário um convite a associações, sindicatos e diretórios representativos da comunidade, além de divulgação na programação que convide os telespectadores interessados em participar do conselho.

As atribuições desse conselho deve ser sugerir pautas e temas para o programa *Agentevê*, a partir da análise da programação da emissora. Propõe-se ao conselho se reunir mensalmente, uma semana após a primeira exibição da edição anterior do programa.

Outra sugestão que este trabalho faz à UnBTV é a de instauração do ouvidor na emissora. É proposto que esse cargo seja ocupado preferentemente por um telespectador membro do Conselho de Telespectadores da UnBTV. O ouvidor seria o responsável por receber as críticas e sugestões enviadas pelos telespectadores e estruturá-las em propostas para o programa *Agentevê*.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O programa procura usar uma linguagem dinâmica, com movimentação de câmera e inserção de vinhetas, no intuito de dar ao espectador tempo para processar as informações passadas.

A estrutura do programa é constituída de apresentação, exibição de entrevistas e conclusão. O apresentador é quem conduz o programa, expondo o tema e propondo a mediação do debate entre telespectadores e membros da equipe da tevê.

A identidade do programa segue o padrão visual da UnBTV, estruturado por tarjas pretas que simulam um enquadramento 16:9 em uma tela 4:3. À tarja de cima é adicionado o nome do programa, seguido do tema da edição (no caso do vídeo-piloto, “Agentevê – UnBTV e a Comunidade”). Na tarja de baixo são colocados os créditos dos entrevistados e demais informações durante o programa.

Para o logotipo do programa, foram escolhidas marcas do padrão estabelecido na logo da UnBTV. Assim, o logotipo do *Agentevê* possui a mesma fonte e cores utilizadas na marca da emissora.

A princípio, a proposta era de que o vídeo tivesse duração de 15 minutos. Com o amadurecimento das ideias, acabou-se optando por limitar o tempo para no mínimo cinco e no máximo dez minutos. Essa escolha deveu-se à necessidade de tornar a produção mais



dinâmica e que desperte mais a atenção dos telespectadores. No entanto, a partir do surgimento de novos quadros, o programa poderá aumentar sua duração.

Eventualmente o programa poderá apresentar convidados para debaterem o tema. Esses convidados podem ser tanto telespectadores ou especialistas quanto membros da equipe da tevê. A ideia de inserir telespectadores diretamente no debate de temas possibilita uma inclusão da comunidade de forma ativa na emissora. O convidado poderá participar de todo o processo de produção do programa, desde a escolha do tema e de sua discussão e análise até a gravação e edição.

O processo de construção do vídeo-piloto foi constituído de: uma fase de pré-produção, quando foi produzido o roteiro e agendadas entrevistas e visitas aos *campi*; uma fase de produção, na qual foram feitas todas as gravações externas e em estúdio e; uma fase de pós-produção, em que o vídeo foi editado e a vinheta de abertura adicionada.

Para sua continuidade, é prevista uma produção de periodicidade mensal e duração de cinco a dez minutos, levando em conta as condições e características da emissora. É importante ressaltar que a UnBTV não possui uma grade de programação fechada: o conteúdo produzido segue se repetindo em um ciclo de cinco horas. Por isso, o programa não terá horário de exibição definido e cada edição será reprisada diversas vezes durante a programação da tevê.

6 CONSIDERAÇÕES

A partir das inquietações e debates decorrentes do processo de realização deste trabalho, pode-se perceber a importância da implementação de um programa de ouvidoria no canal universitário do Distrito Federal. Os conceitos teóricos e a análise das diversas experiências foram fundamentais para que alternativas fossem expostas e escolhas fossem feitas.

Cada entrevistado e entrevistada e cada pessoa que contribuiu direta ou indiretamente no processo foi responsável por estimular reflexões acerca da realização deste produto.

Alguns estudantes entrevistados desconheciam a existência da UnBTV. Após três anos de atuação, a emissora tem o desafio de ampliar seu público, possibilitando que a comunidade universitária participe ativamente da programação. Por isso, é fundamental a criação de meios que proporcionem uma maior integração entre a comunidade e o canal.



Este produto é um primeiro passo para que se implante um sistema de ouvidoria na UnBTV. É importante que esse espaço seja mantido e outros sejam criados a fim de perpetuar a construção coletiva, a participação e a responsabilidade social na emissora.

Além disso, a proposta se apresenta como uma importante ferramenta para a valorização de toda a comunidade que envolve a UnB. A estratégia permite que os diversos *campi* da universidade possam demandar da tevê e participar ativamente na construção de um espaço democrático na universidade.

A iniciativa propõe desafios tanto para o pesquisador como para a UnBTV, já que se sugere a implantação de ferramentas que exigem atenção e cuidado por parte de seus realizadores. Ademais, esse espaço necessita constante manutenção e construção. Deve ser um canal aberto para mudanças, garantindo, assim, sua continuidade.

O desafio é proposto também à comunidade universitária da Universidade de Brasília, no sentido de que participe e não deixe que tal mecanismo se torne uma repetição da falta de continuidade percebida em outras iniciativas semelhantes. É necessário que a comunidade se mobilize para garantir esse espaço e criar muitos outros que possibilitem meios de garantir seus direitos de participação na universidade.

Nesse sentido, desde já é indispensável a formação de um conselho de telespectadores que debata os conteúdos veiculados na UnBTV e que construa de forma coletiva uma tevê universitária mais participativa e atuante na universidade.

Durante a análise das legislações e experiências de outros países, viu-se a importância de se incentivar no Brasil políticas públicas que garantam uma maior responsabilidade nos meios de comunicação. Sabe-se que há no país uma grande concentração das informações e que iniciativas como a proposta neste trabalho permitem que a sociedade participe de forma mais efetiva na construção dos conteúdos que quer assistir, ler e ouvir diariamente.

Pode-se perceber que, no Brasil, a falta de iniciativas parecidas a essa proposta faz que o país muitas vezes ande na contramão da democratização dos seus meios de comunicação. Apesar disso, iniciativas isoladas buscam contribuir para abrir espaços de mediação com o público.

Por isso, fica evidente com este trabalho a real possibilidade de se implantar mecanismos de participação nos veículos de comunicação públicos, estatais e privados. É necessário que não só meios mantidos pelo governo ou pela sociedade civil possuam esse tipo de



mecanismo, mas que principalmente nos veículos privados, que atingem a maior parte da população brasileira, também sigam essa linha.

Nesse sentido, não é possível depender somente de iniciativas particulares, mas se vê essencial a construção de meios de regulação que garantam a participação de toda a população nos meios de comunicação, tendo em vista a importância desses canais na formação de uma sociedade mais justa e igualitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Livros

BERTRAND, C.J. **O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia**. Bauru: EDUSC, 2002.

CARVALHO, A.; CARDOSO, A.; FIGUEIREDO, J.P. **Direito da Comunicação Social**. Cruz Quebrada: Casa das Letras: 2005.

CGU. **Orientações para implantação de unidade de OUVIDORIA**. 5ª ed. Brasília: CGU, 2009. Disponível em: <http://blig.ig.com.br/aouvidoriavaifalar/files/cartilha_2009.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2009.

MENDES, Jairo F. **O ombudsman e o leitor**. Belo Horizonte: O Lutador, 2002.

SABOYA, Jackson. **Manual do autor-roteirista: técnicas de roteirização para a TV**. Rio de Janeiro: Record, 1992.

SYMONIDES, Janusz and Vladimir Volodin (eds.). **A Guide to Human Rights**. Institutions, Standards, Procedures. Paris: UNESCO, 2001.

WATTS, Harris. **On camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC**. São Paulo: Summus, 1990.

Artigos

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 20 out. 2009. Paginação irregular.

IASBECK, L. **Ouvidoria, Lugar Privilegiado de Comunicação Organizacional**. Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/ouvidoria/doc/ouvidoria_lugar_de_comunicacao.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

MARTY, E. **Ata do 1º Congresso Estatuinte da Associação dos Ombudsmans e Mediadores da Francofonia**. 23 - 26 de novembro de 1999, Ougadougou - Burkina Faso. Disponível em <http://democratie.francophonie.org/IMG/pdf/13_4.2.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2009.



MELO, Marcus André. **O viés majoritário na política comparada: responsabilização, desenho institucional e qualidade democrática.** Rev. bras. Ci. Soc. [online]. 2007, vol.22, n.63. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010269092007000100003&lng=en&nrm=iso#nt>. Acesso em: 01 dez. 2009.

PRIOLLI, Gabriel. **Televisão Universitária:** TV educativa em terceiro grau. Disponível em: <<http://www.universia.com.br/universitario/materia.jsp?materia=4843>>. Acesso em: 10 nov. 2009.

ORTIZ, Pedro. **TV USP** – perspectivas e desafios futuros de uma TV universitária. Revista USP, São Paulo, v. 61, 2004.

SEGATO, Rita. **Por Que Reagimos às Cotas para Negros?**, O Público e o Privado, Revista Acadêmica do Mestrado em Políticas Públicas e Sociedade da UECE, No. 3, 61-81, Fortaleza, janeiro a junho, 2004. Disponível em: <http://www.politicasuece.com/v6/admin/publicacao/mapps_Rita_91.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

Trabalhos acadêmicos

BARRAVIERA, E. **A Ouvidoria como mecanismo de Responsabilidade Social Empresarial.** 2009. 105 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Qualidade e Produtividade) – Universidade Nove de Julho, São Paulo. Disponível em: <http://www.abonacional.org.br/MONOGRAFIA_ECLARICE_final.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.

PAULINO, F. **Responsabilidade Social da Mídia:** Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha. 2008. 348 f. Dissertação (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/coordenada_10_fernando_paulino.pdf>. Acesso em: 20 out. 2009.