



## DESAFIOS DA TV UNIVERSITÁRIA: ANÁLISE DO PROGRAMA PENSE VERDE<sup>1</sup>

Jersyka Fernanda Vieira Regis<sup>2</sup>  
Geovana Maria Cartaxo de Arruda Freire<sup>3</sup>  
Universidade de Fortaleza, Fortaleza, CE

### RESUMO

O presente trabalho pretende abordar a importância e a natureza das TVs Universitárias, os desafios e a necessidade de reflexão deste fazer televisivo. Novos desafios impostos pela implantação da TV Digital solicitam uma análise da função e alcance das Tvs Universitárias, que são chamadas a um fazer profissional para a competição no mercado. É preciso, sobretudo um envolvimento maior das Universidades na afirmação deste espaço conquistado. Mas o que seria um fazer profissional? O que diferencia a TV Universitária das Tvs comerciais? O trabalho pretende ainda abordar o estudo de caso do programa Pense Verde, da Tv Unifor, como exemplo de uma programação voltada para o local e global, que tem como característica a abordagem interdisciplinar e a participação da comunidade local na construção das mensagens, idéias e propostas.

**PALAVRAS-CHAVE:** TV pública; TV universitária; interdisciplinaridade; sustentabilidade.

### INTRODUÇÃO

O nascimento das TVs Universitárias é relativamente recente no Brasil. O capítulo das TVs educativas tem início no Brasil em 1967, em Pernambuco, mas foi assaltado por desvios que descaracterizam, em sua maioria, a prática educativa e cultural, muitas vezes servindo como moeda de troca para interesses políticos ou perdendo-se no ensino à distância, sem sintonia com uma televisão pública voltada para a comunidade.

Um marco que mudou o foco desta política foi a Lei do Cabo. A Lei do Cabo, Lei Federal 8.977, de 1995, obrigou os canais a cabo a disponibilizar um canal sem custos às Universidades locais. Essa conquista reflete os princípios da Constituição Federal, que no seu artigo 221 consagra a preferência a finalidades educativas,

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Jornalismo, modalidade programa laboratorial de telejornalismo.

<sup>2</sup> Aluna líder do grupo e estudante do 5º semestre do curso de Jornalismo, email: jfernandavieira@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo e Direito, email: geovanacartaxo@gmail.com



artísticas, culturais e informativas; a promoção da cultura nacional e regional e estímulo à produção independente que objetive sua divulgação; a regionalização da produção cultural, artística e jornalística, conforme percentuais estabelecidos em lei; o respeito aos valores éticos e sociais. O capítulo da Comunicação Social, da Constituição Federal de 1988, ressalta ainda o desenvolvimento local, a inclusão social e a livre manifestação do pensamento como valores e princípios constitucionais.

A concessão de TV passa assim a cumprir sua função social ao proporcionar uma programação com fins públicos, educativos, culturais, artísticos, interdisciplinares e que valorizam a cultura local. As Universidades foram desafiadas a organizarem uma TV Universitária. Desafio de manter uma programação interessante, contínua, de qualidade, interdisciplinar e que fugisse do paradigma das TVs Educativas, do ensino à distância, de programas que não falam à comunidade como um todo, mas apenas aos intramuros das instituições de ensino.

Outro desafio é forjar uma alternativa às TVs comerciais em que a violência, sexo e consumo são banalizados e destratados. As TVs educativas, em menor número, continuam em sinal aberto, enquanto as TVs Universitárias estão nas TVs fechadas, outro desafio, pois em geral atingem um público mais elitizado.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa qualitativa utilizou a descrição analítica, por meio de um estudo de caso, para revisar e discutir a evolução das TVs digitais. A bibliografia sobre o tema é exígua, dado a recente implantação das TVs Universitárias. O trabalho buscou relatar um programa de TV local, utilizando o arcabouço teórico e histórico existente, localizando este programa no fazer televisivo inovador das TVs Universitárias.

Para tanto, utilizou de monografias de conclusão de curso da UNIFOR sobre o tema, de *websites* da Associação Brasileira da TV Universitária, que possui uma Revista *on line*, dados e pesquisas sobre o tema. E, por fim, a análise do caso. Seguiu, portanto, a delimitação do objeto e formulação das hipóteses de trabalho; elaboração de categorias de análise, processamento do material coletado e definição conceitual sobre as particularidades do objeto pesquisado. (PALACIOS,2007:201).

As hipóteses trabalhadas são a diferenciação do fazer das TVs comerciais e universitárias. Existe uma diferença, quais são e quais os desafios.



---

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A TV a Cabo ou por assinatura chegou ao Brasil com atraso, em 1995 sancionada pela Lei do Cabo quando o país tinha a frente o presidente Fernando Henrique Cardoso. A TV a cabo representa uma diversificação do mercado, e valorização da cultura, da educação e programas com maior qualidade e reafirmava o poder da TV e a segmentação do público.

As primeiras TVs Universitárias a operarem via cabo foram a TV da Pontifícia Universidade Católica (PUC) de São Paulo e a TV da Universidade de Santa Maria, a partir daí cerca de três canais por ano começaram a operar, sendo mais de 30 canais em 2006. O site da Associação Brasileira de TV Universitária (ABTU) registra 44 afiliadas, 7 são federais, representando 16%, e 4 estaduais, 9%.

Segundo os números, 25% das afiliadas da ABTU são Instituições Públicas e 43% particulares. Estudioso das TVs Universitárias comenta os desafios da TV: Cidadãos comuns, cansados da mesmice e da banalidade da televisão de entretenimento, interessados em ilustrar-se, sintonizam os canais universitários em busca da palavra inteligente, do comentário sensato, da análise sólida, da informação boa. A imprensa busca neles fontes de informação e novas caras para o telejornalismo.

A publicidade tenta usá-los para comunicar-se mais facilmente com o mundo universitário e só não avança nessa direção porque há complicadores legais (são canais públicos, sem finalidade de lucro), mas, sobretudo porque não estão profissionalmente estruturados para relacionar-se com agências e anunciantes (não fazem pesquisa de audiência, divulgam mal a sua programação, não têm política definida para captação de patrocínio/apoio cultural, etc.). (PRIOLE, 2007). O modelo de TV universitária no Brasil não seguiu os passos das americanas, em que o público da TV é a comunidade acadêmica, os próprios estudantes são produtores e receptores.

No caso da TV UNIFOR, mais do que um espaço laboratorial os alunos vêem da TV uma vitrine para o mercado (2005, MARTINS, p 38), limitando assim seu poder de experimentação. Ao mesmo tempo, essa preocupação se reflete em uma programação de extrema qualidade técnica, em que a imagem, a voz, o texto são revisados e repetidos até alcançar a qualidade esperada.

Não há improvisos ou descuido com a produção. Maquiagem, recursos e treinamentos com fonoaudiólogo reforçam a preocupação com a qualidade técnica. A TV Universitária, em regra no Brasil, está ligada às reitorias de Extensão, voltadas,



portanto para o público externo, para a comunidade e não para o público interno. Reforçando seu papel social, seu caráter público, de difusão do saber e cumprimento da integração entre ensino, pesquisa e extensão, pilares da Universidade brasileira.

Sobre o caráter público das TVs Universitárias, comenta Magalhães:

Confundem gestão com vocação. Uma coisa é ser sustentado com dinheiro público. Outra, que pode ser coincidente ou completamente diferente, é ter o interesse público como missão: sem fins lucrativos, que tenha mecanismos de participação e fiscalização social, volte-se para a promoção da educação, cultura e cidadania, para a melhoria da qualidade de vida da sua comunidade, para a democratização da informação e do conhecimento, que encare a necessidade da grande parcela da população - assim como as carências de apenas um - como se fosse de todos. Tendo isso, é público. (MAGALHÃES,2006).

Um desafio para as TVs Universitárias é o financiamento, enquanto nos Estados Unidos além de fornecer o espaço na programação, as TVs a cabo destinam um percentual de seus lucros para as TVs não comerciais, no Brasil, além de proibida a publicidade comercial (Norma 13 do Ministério das Comunicações), não há este tipo de incentivo. O patrocínio de programas é permitido. Mas, no Brasil as leis de incentivo têm apresentado retrocessos e não avanços, como é o caso da Lei Rouanet.

### **Estudo de Caso: Programa Pense Verde da TV UNIFOR**

A TV Unifor é muito nova, tem exibição em dias alternados no Canal 14. Com apenas quase 5 anos de existência, foi implementada em agosto de 2005, no entanto, apresenta um envolvimento da comunidade acadêmica e dos estudantes na sua operação que a caracteriza como uma TV realmente Universitária.

Esta não é a realidade de todas as TVs no Brasil, algumas operam com profissionais de mercado e não admitem estudantes, o que descaracteriza completamente seu papel de laboratório e de aproximação da academia com a sociedade. A TV PUC, pioneira nas TVs universitárias, tinha apenas um programa em que os alunos eram protagonistas e a maioria dos membros na produção total, segundo Monografia de Karoline Martins, era o Programa Universidade Aberta.

A realidade da TV UNIFOR se mostra bem diferente com 9 programas fixos e vários especiais sobre eventos da UNIFOR, 10 professores orientadores e 32 estagiários. Demonstrando que a maioria dos programas é protagonizada por estudantes. A interdisciplinaridade é outra característica, pois os programas têm como orientadores



profissionais de comunicação, mas também de outros cursos, fortalecendo a integração da universidade com a TV e a sociedade, em última instância.

O Programa Pense Verde é o mais recente programa implantado pela TV UNIFOR. Com apenas 30 programas temáticos exibidos, o foco tem sido a sustentabilidade e educação ambiental, tema de relevância e interesse da comunidade e de difícil compreensão, devido aos termos técnicos e complexidade, conexões e relações que são inerentes ao tema meio ambiente.

O Programa Pense Verde é um programa semanal, temático, voltado para a educação ambiental e cidadania. O programa tem duração de 10 minutos, com formato flexível e dinâmico, abrangendo sempre um conceito, sua importância e relações com a qualidade de vida, casos concretos e exemplos de boas práticas ambientais e em seguida o aspecto da legislação ambiental.

O objetivo é descortinar de forma interdisciplinar a importância dos bens ambientais ou ampliar o conhecimento sobre meio ambiente e ao mesmo tempo ressaltar o meio ambiente como um direito. As mudanças de comportamento, em geral, exigem tempo e maturação de novos valores, no entanto a urgência na solução dos problemas ambientais exige atitudes mais rápidas.

A oportunidade de futuros jornalistas terem a oportunidade de trabalhar com uma temática tão relevante também se faz necessária e útil para formação profissional e ética. Pois, segundo Bueno:

A construção de uma vida sustentável passa, obrigatoriamente, por um compromisso com a ética, o profissionalismo e pela defesa irrestrita dos que passam fome, sede, não têm teto e estão submetidos a uma vida não digna [...] O jornalista ambiental autêntico deve ter a capacidade e a disposição de indignar-se com as injustiças e de prover condições para que elas sejam no mínimo atenuadas. (BUENO, 2007, p. 22)

A educação ambiental é um dos instrumentos fundamentais na mudança de atitude e de valores. A lei 9795/99 que trata da Política Nacional de Educação Ambiental afirma: Art. 1º Entendem-se por educação ambiental os processos por meio dos quais o indivíduo e a coletividade constroem valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade.

A abordagem das questões ambientais necessariamente envolve conhecimentos interdisciplinares, uma visão holística e integrada e um compromisso ético com a



sustentabilidade. A formação de profissionais com essas habilidades é de fundamental importância para qualificar e ampliar as informações sobre o tema e subsidiar uma mudança de comportamento e melhoria da qualidade de vida da população, fim último do conhecimento.

A Lei da Política Nacional define atribuições não só ao Poder Público, mas à sociedade, às empresas e aos meios de comunicação: Art. 3º Como parte do processo educativo mais amplo, todos têm direito à educação ambiental, incumbindo:

(...)II - às instituições educativas, promover a educação ambiental de maneira integrada aos programas educacionais que desenvolvem;

(...)IV - aos meios de comunicação de massa, colaborar de maneira ativa e permanente na disseminação de informações e práticas educativas sobre meio ambiente e incorporar a dimensão ambiental em sua programação;

V - às empresas, entidades de classe, instituições públicas e privadas, promover programas destinados à capacitação dos trabalhadores, visando à melhoria e ao controle efetivo sobre o ambiente de trabalho, bem como sobre as repercussões do processo produtivo no meio ambiente;

VI - à sociedade como um todo, manter atenção permanente à formação de valores, atitudes e habilidades que propiciem a atuação individual e coletiva voltada para a prevenção, a identificação e a solução de problemas ambientais.

É nessa perspectiva de construção de novos valores e conhecimentos, comprometido com a cidadania ambiental que é concebido o programa de Pense Verde. O programa visa cumprir também a determinação Constitucional de obrigatoriedade de educação ambiental em todos os níveis de ensino, não só formal, mas a educação informal, ou seja, as campanhas e difusão pelos meios de comunicação.

Como afirma a Constituição Federal: Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

§ 1º - Para assegurar a efetividade desse direito, incumbe ao poder público: VI - promover a educação ambiental em todos os níveis de ensino e a conscientização pública para a preservação do meio ambiente; O programa terá como base os princípios da Educação Ambiental:

I - o enfoque humanista, holístico, democrático e participativo;



II - a concepção do meio ambiente em sua totalidade, considerando a interdependência entre o meio natural, o sócio-econômico e o cultural, sob o enfoque da sustentabilidade;

III - o pluralismo de idéias e concepções pedagógicas, na perspectiva da inter, multi e transdisciplinaridade;

IV - a vinculação entre a ética, a educação, o trabalho e as práticas sociais;

V - a garantia de continuidade e permanência do processo educativo;

VI - a permanente avaliação crítica do processo educativo;

VII - a abordagem articulada das questões ambientais locais, regionais, nacionais e globais;

VIII - o reconhecimento e o respeito à pluralidade e à diversidade individual e cultural.

Os objetivos específicos do Programa são os seguintes:

Específicos:

- O programa de TV tem como objetivo principal sensibilizar e construir valores sociais, conhecimentos, habilidades, atitudes e competências voltadas para a conservação do meio ambiente, bem de uso comum do povo, essencial à sadia qualidade de vida e sua sustentabilidade;

- Promover um espaço de discussão, formação e conscientização dos futuros jornalistas para o tratamento da complexa temática ambiental, sempre buscando a interdisciplinaridade e uma visão humanista e integrada;

- Identificar e divulgar boas práticas ecológicas, projetos, pessoas e associações civis que contribuem para uma concreta mudança na qualidade de vida de Fortaleza e do Estado do Ceará. (Ex. empresas de energia eólica, empresas de energia solar, comunidades que reciclam o lixo, catadores, recicladores, associação de defesa da Caatinga, Mata Atlântica, etc.)

- Elaborar programas temáticos, didáticos e com abordagem da cidadania, ressaltando o meio ambiente como um direito e indicando os órgãos responsáveis e mecanismos de defesa dos direitos difusos e coletivos;

- Difundir os valores ambientais, espaços protegidos, o ecoturismo, e a diversidade dos biomas locais, integrando uma visão global com a realidade local; Os cinco programas exibidos trataram dos seguintes temas: O que é meio ambiente; Lixo tóxico: o que fazer com baterias e pilhas; Poluição Sonora: consequências para a saúde; Amazônia: ameaças e mártires;

Todos contaram com depoimentos de pessoas da comunidade local, seja organizações não governamentais, vereadores, professores, técnicos, médicos, policiais



militares, entre outros. As fontes são prioritariamente professores da Universidade, buscando mesclar com as falas da sociedade, não se restringindo a uma abordagem técnica ou acadêmica, mas também a visão da sociedade civil, suas dúvidas e posicionamentos.

## CONCLUSÃO

As TVs Universitárias, apesar de seu nascimento recente no país, desde 1995 a partir da Lei do Cabo, ganharam outro formato que suplanta a antiga visão auto-referenciada das TVs educativas. As TVs universitárias galgaram importância fundamental na política de comunicação do país, organizando fóruns, criando associação nacional e fortalecendo a busca constante pela democratização da informação, da educação e da cultura.

Além da função de servir à formação dos alunos, como laboratório para o exercício das práticas áudio-visuais, do exercício da publicidade, do jornalismo, dos documentários, as TVs universitárias são ainda importante veículo de integração da universidade veiculando seu cotidiano, seus eventos e valores.

Mas, sobretudo, a TV exerce uma função pública, de levar o conhecimento, o questionamento, o pensamento crítico para a comunidade, tão inundada por programas que refletem uma realidade distante e pouco construtiva.

A Lei do cabo se espelhou no modelo americano, mas cortou a sustentação principal, pois lá além de dispor de um canal as TVs públicas são subsidiadas pelas TVs comerciais. Programas interdisciplinares que conduzem os alunos à pesquisa e abordagem complexa da realidade são essenciais na formação de profissionais comprometidos, mas preenchem uma lacuna na programação das TVs, principalmente devido sua abordagem local, mas é possível realizá-los com o apoio e a integração dos diversos setores da Universidade.

A TV Universitária tem como diferencial da TV comercial o fazer e o olhar do aluno que aprende a expressar-se, aprende a técnica, a ética e o compromisso com o saber e com a notícia no cotidiano da TV.

O programa Pense Verde atende à busca por interdisciplinaridade, tem





conteúdo voltado para o local, sem descuidar da visão global e universal necessária a compreensão da sustentabilidade. Está sintonizado com as exigências constitucionais e da Política Nacional do Meio Ambiente, que apregoa uma abordagem interdisciplinar e holística, humanística, participativa das questões ambientais. Pelos temas tratados se afere a ligação com temas cotidianos da qualidade de vida da população de Fortaleza, como a poluição sonora, o lixo doméstico e tóxico, a educação ambiental e os biomas do Estado.

## REFÊNCIAS

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação, Jornalismo e Meio Ambiente: teoria e pesquisa**. Mojoara editorial. São Paulo, 2007.

MAGALHÃES, Claudio. **TV Universitária: uma história em evolução**. 2006. Disponível em [http://www.abtu.org.br/artigos/tv\\_universitaria\\_\\_uma\\_historia\\_em\\_evolucao/9](http://www.abtu.org.br/artigos/tv_universitaria__uma_historia_em_evolucao/9)

MARTINS, Karoline. **A TV Universitária como ponte entre a formação do estudantes de jornalismo e o mercado de trabalho: A TV PUC (SP)**. Monografia de conclusão do curso de jornalismo. UNIFOR. Fortaleza. 2006

PRIOLLI, Gabriel. **Tv Universitária: a TV sem complexo**. 2007. Disponível em [http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com\\_content&task=view&id=310](http://www.direitoacomunicacao.org.br/novo/content.php?option=com_content&task=view&id=310)

## AGRADECIMENTOS

Aos alunos Roberto Barros e Carlos Augusto pela dedicação em fazer o Pense Verde cada dia melhor.