



CLÁUDIO MÁRCIO MAGALHÃES<sup>1</sup>  
DIEGO SEBASTIÃO DE DEUS<sup>2</sup>

# TVS UNIVERSITÁRIAS E SUAS CONTRIBUIÇÕES CONTRA A DESINFORMAÇÃO

## RESUMO

As novas gerações preferem se informar pelas novas mídias, mas apontam as tradicionais como os veículos em que mais acreditam. As emissoras públicas podem defender o interesse público e oferecer iniciativas que desenvolvam propostas que integrem novas mídias com a credibilidade; proponha projetos de educação midiática e fortalecer pesquisas que integrem a análise das audiências. Entende-se aqui emissoras públicas como um “campo público”, conforme defendida no I Fórum de TVs Públicas, em 2006. A presente pesquisa de campo apresentada neste trabalho busca questionar a produção das TVs sobre desinformação; avaliar grades e informativos das principais emissoras estatais; e entrevistar alguns coordenadores de emissoras. O objetivo é apresentar os avanços das TVs públicas brasileiras e sugerir inovações convergentes das novas formas de consumo com a credibilidade da tradição. O paradoxo é que o nível de credibilidade dos veículos tradicionais continua muito superior que os veículos novos, criando um sujeito que quer ver notícias num lugar que não acredita nela, deixando de assistir onde acredita. Quem resolver esse dilema tem mais chances de sucesso. Embora ainda timidamente, as TVs Universitárias parecem estar encontrando o caminho.

<sup>1</sup> *Jornalista, Professor e Pesquisador Social, Doutor em Educação, e-mail: claudiomagalhaes@uol.com.br.*

<sup>2</sup> *Jornalista pelo UNIFAE e mestrando em Comunicação pela Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas - FAFICH/UFMG, e-mail: diegodeus.bot@gmail.com*

## INTRODUÇÃO



o mundo da informação se depara com um cenário de mudanças: pesquisas indicam<sup>3</sup> que, especialmente as novas gerações, preferem se apropriar desse mundo via as novas mídias e se informam via buscadores como o Google, e em aplicativos como *TikTok* e YouTube (LARA, 2020, MOIRA, 2022, ITS, 2022). Em contrapartida, também nota-se que mídias tradicionais, como televisão e rádio, são os veículos em que essas gerações mais acreditam, estando a internet por último, sobretudo no contexto recente pandêmico<sup>4</sup>. É o caso dos programas jornalísticos de TV, vistos como confiáveis por 61% dos entrevistados. Outros meios que, segundo o levantamento, têm maior confiabilidade, são os jornais impressos, com 56%, seguidos pelos programas jornalísticos de rádio (50%), e sites de notícias (38%). Já as redes sociais WhatsApp e Facebook chegam a 12% cada (PRADO, 2016, UFJF, 2020)<sup>5</sup>. Ou seja, temos pessoas consumindo conteúdo em lugares onde não acreditam, enquanto deixam de assistir naqueles que acreditam.

Para completar, as emissoras públicas que, a princípio, defendem o interesse público, embora penem por falta de audiência expressiva, são aquelas que podem oferecer iniciativas que:

- desenvolvam propostas que integrem os atrativos das novas mídias digitais com a credibilidade dos meios tradicionais sem risco de perder investimentos;
- proponham projetos de educação midiática para os públicos de consumo de informação e para os produtores de conteúdo, digital ou tradicional, combatendo o atual maior mal do ecossistema informacional, a desinformação;
- como tal, fortalecer pesquisas que integrem a escuta e a análise das diversas audiências, como pilotos de programas convergentes e referenciais.

Nota-se que aqui entende-se emissoras públicas como um “campo público” (FÓRUM, 2006, PRIOLLI JR s/d) em que se encaixe veículos que tenham, na sua atuação, o foco único no interesse público (desenvolvimento da cidadania, a construção do conhecimento, a luta contra a desigualdade social e pelos direitos humanos). Antes estritamente ligado às instituições estatais, financiada com orçamentos públicos, hoje, o campo público inclui, não somente TVE, mas TVs universitárias, comunitárias, legislativas, fundações filantrópicas, entre outras (MAGALHÃES, 2023). Concomitantemente nesse trabalho define-se desinformação como todo e qualquer conteúdo informativo que, por meio da intencionalidade ou não, é capaz de distorcer a objetividade de fatos ou dados empiricamente comprovados e influenciar a opinião pública de maneira prática, isto é, a partir das tomadas de decisões e crenças dos indivíduos.

A relação entre desinformação e os danos que ela pode causar de maneira prática à sociedade pode ser observada de várias maneiras: tanto do ponto de vista microsociológico quanto macrosociológico (PRADO, 2021). O primeiro diz respeito a danos direcionados especificamente à uma parcela de indivíduos e suas relações no cotidiano; já a segunda se refere à desconfiança sobre instituições epistêmicas e democráticas e a deslegitimação da verdade factual face às emoções ou interesses de criadores e de pessoas que estão inclinadas a acreditar em determinada informação ou narrativa (D’ANCONA, 2018). Para tanto, utiliza-se das contribuições de Oliveira (2020) para compreender a desinformação a partir de sua circulação e das disputas de sentido sobre ela. Neste caso, para além de pensar o fenômeno da desinformação apenas como notícias ou informações falsas que são construídas e compartilhadas de maneira deliberada, a autora afirma que compreender as dinâmicas de circulação destes conteúdos é essencial para ser possível aproximar o entendimento da lógica da desinformação na contemporaneidade ligada à produção, interpretação, conformação e confrontação de informações que advém das redes sociais digitais.

3 <https://ajor.org.br/uso-do-tiktok-como-fonte-de-noticias-aumenta-cinco-vezes-entre-os-jovens-diz-pesquisa/> e <https://ajor.org.br/uso-do-tiktok-como-fonte-de-noticias-aumenta-cinco-vezes-entre-os-jovens-diz-pesquisa/>

4 <https://www.otempo.com.br/brasil/tvs-e-jornais-lideram-indice-de-confianca-em-informacoes-sobre-coronavirus-1.2315100>.

5 Professores analisam pesquisa Datafolha sobre confiança na imprensa convencional. Juiz de Fora/MG. UFJF Notícias, 24 mar. 2020. <https://www2.ufjf.br/noticias/2020/03/24/professores-analisam-pesquisa-datafolha-sobre-confianca-na-imprensa-convencional/>

Alzamora e Andrade (2019) também elucidam que a lógica do fenômeno está calcada nos processos de crenças, ou seja, a verdade alcançada por meio das disputas de sentido é uma espécie de ideal normativo, inalcançável na prática, mas que é construída a partir da predisposição dos indivíduos em acreditar em determinadas informações com base em suas crenças não levando em conta a veracidade ou falsidade do conteúdo. Além disso, no intuito de buscar uma categorização de informações com potencial desinformativo, recorreu-se a Wardle e Derakhshan (2017) que classificam sete tipos de conteúdos mais comuns encontrados nas redes sociais digitais que implicam no processo da desinformação na contemporaneidade:

- a) sátira ou paródia, que apesar de não ter ou apresentar a intenção de causar dano, ainda sim possui potencial desinformativo;
- b) conteúdo enganoso utilizado com o objetivo de causar dano a algo ou alguém;
- c) contexto falso, quando uma informação verdadeira é inserida em um falso contexto e;
- d) contexto manipulado, quando um conteúdo falso é colocado em um contexto verdadeiro;
- e) conteúdo impostor, quando uma informação fraudulenta é atribuída à uma fonte verdadeira e, portanto, confiável;
- f) conteúdo manipulado, quando a informação verdadeira é manipulada para enganar as pessoas e/ou distorcer a opinião pública;
- g) conteúdo totalmente fabricado e falso, compartilhado deliberadamente com objetivos específicos de modo a causar danos.

### EM CAMPO EM BUSCA DA (DES)INFORMAÇÃO

Assim, a partir da abordagem sobre desinformação com base nos trabalhos de Wardle e Derakhshan (2017), Allcott e Gentzkow (2017), De Deus e Nogueira (2022) e Oliveira (2020), a pesquisa de campo do presente trabalho buscou:

1) questionar, quanti-quali, a produção das 200 TVs universitárias brasileiras;

2) avaliar, no mesmo sentido, grades e informativos das principais emissoras estatais; e

3) entrevistar alguns coordenadores de emissoras que eventualmente tenham bons exemplos a oferecer.

O Mapa da TV Universitária Brasileira<sup>6</sup>, produzido e mantido pela Associação Brasileira de Televisão Universitária – ABTU, fornece hoje um quadro bastante completo das cerca de 190 emissoras ligadas às Instituições de Ensino Superior (IES). São TVs das mais diversas configurações, das em sinal aberto desde o início da televisão por radiodifusão no Brasil, pelas criadas na implantação do sistema de TV a cabo brasileiro, até as mais recentes *WEBTVs*. No entanto, acredita-se que tais distinções não devem ser relevantes em qualquer política de combate à desinformação, dado que sua função pública, e suas potencialidades descritas anteriormente, não devem mudar por conta da forma de comunicação entre sua programação e seus públicos.

Assim, a partir de seu banco de dados, enviou-se uma mensagem eletrônica nos meses de junho e julho de 2023 aos endereços cadastrados com um formulário com questões quanti e qualitativas, buscando informações que pudessem responder às questões acima.

Dezoito TVs universitárias responderam ao chamado, portanto, quase 10% das emissoras. O número baixo de retorno não mais nos assusta, pois a participação em pesquisas do tipo já são conhecidas por essa característica (RAMALHO, 2011)<sup>7</sup>. O número de respondentes nos pareceu suficiente para dar uma ideia do quadro geral que deve representar as emissoras universitárias – dado que não se distanciou das hipóteses intuitivas geradas pela experiência dos pesquisadores – assim como cumpriu a função de trazer reflexões e ideias de aprimoramentos para a inserção das Televisões Universitárias na luta contra a desinformação.

<sup>6</sup> <https://www.mapatvu.org.br/>

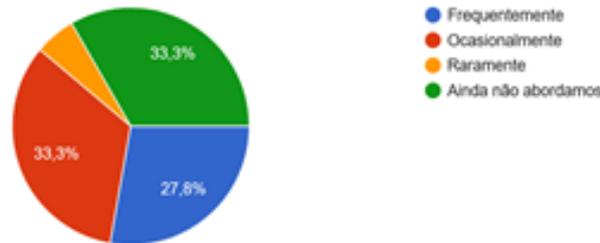
<sup>7</sup> Embora não haja uma investigação específica sobre a origem desse pouco entusiasmo em participar das pesquisas sobre seu próprio segmento, um instrumento valorizado e usado pelas suas mantenedoras, a experiência dos autores é que os motivos estão relacionados a equipe reduzida e em conjunto com a produção acelerada das TVs, o que limita em tempo e disponibilidade para o deslocamento de um membro do time para dar respostas adequadas.

## TVS UNIVERSITÁRIAS CONTRA A DESINFORMAÇÃO

Os resultados apontaram uma TV universitária que já se mexe contra o mal contemporâneo da desinformação, – como deve ser –, através da pesquisa, ciência, mobilização, trabalho cooperativo, e o seu real e vocacional interesse em divulgação científica crível e de qualidade (Gráfico 1).

A desinformação tem sido pauta nos programas produzidos pela sua TV Universitária?

18 respostas



FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2023).

e o por streaming, juntar o broadcast, ou OTA(Over the Air), com o consumo de conteúdo broadband, o streaming OTT.O problema volta a aparecer, a tecnologia está pronta, mas o investimento das emissoras, não. Terceiro, a TV 3.0, o novo padrão. Claro que para isso, Quando perguntadas se a desinformação tem sido pauta na sua programação, 61,1% declarou que sim, sendo 27,8% frequentemente e um terço ocasionalmente. É um número expressivo, mas outro um terço ainda não abordou uma temática altamente relevante para as instituições de ensino superior, dado que é sua função social principal oferecer informações fidedignas à parcela de indivíduos para o trato no seu cotidiano (científico ou não, já que a ciência é feita para transbordar os muros da academia e oferecer de uma vacina no posto médico à um micro-ondas para a cozinha), justamente em contraposição àquelas informações danosas lembradas por D’Ancona (2018). Segundo com o autor, a deslegitimação de instituições epistêmicas, incluindo as universidades, é um dos principais efeitos práticos que a desinformação aplica na sociedade contemporânea. Evidentemente, que o status de referência e autoridade em determinados assuntos – algumas das características de instituições epistêmicas, como a educação, cidadania e o avanço científico para as universidades – não deixam de ser frutos de relação de poderes e dos próprios efeitos de sentidos produzidos conforme os interesses destas instituições. Todavia, os métodos utilizados, inclusive do ponto de vista histórico por estas instituições, na maioria das vezes foi epistemologicamente comprovado e validado por outros órgãos (estatais ou privados, que também não deixam de ter relações de poderes/interesses e efeitos de sentidos), inclusive avaliado e tendo a participação da opinião pública ao longo dos anos, a democracia pode ser o grande exemplo disso a partir de eleições seguras cujo sistema eleitoral seja transparente. Entretanto, a lógica trazida pela desinformação na contemporaneidade está

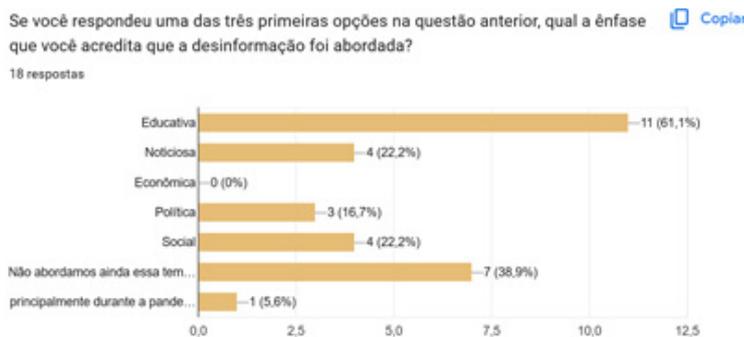
calcada na eficácia, isto é, aquela narrativa que tiver maior efeito, ou seja, mais pontuar na escala de confiança ou de aparência sob o signo da verdade sobre a opinião pública, ganha o status realidade factual (DE DEUS, 2023).

Neste sentido, os métodos – muito importantes para a construção do conhecimento e do reconhecimento de instituições epistêmicas – não são mais levados em conta, pois as pessoas, mais do que nunca, tendem a acreditar naquilo em que elas já estão predispostas a acreditar se informando em ambientes e por meio de fontes e pessoas que também compartilham de ideias semelhantes, sempre se afastando da dúvida e ficando em determinadas zonas seguras, o que fortifica e enrijece suas crenças (SANTAELLA, 2019). E a ausência das IES nesse contexto autoriza a também diagnosticar estes danos que ampliam a desconfiança sobre as instituições sérias, e a sua deslegitimação sobre a verdade e produção de conhecimento. Afinal, se a universidade não se move para ajudar a sociedade contra a desinformação, quem mais irá?

A boa notícia é que, mesmo carecendo de dados apurados concretamente, nos parece que esse índice de abordagem sobre a desinformação ainda é maior do que se vê nas emissoras comerciais, que abordam a temática geralmente quando se trata de algum tipo de crime. E se vê que, quando resolvem encarar a questão, o fazem a partir de sua vocação e função social, dado que as abordagens são predominantemente educativas (61,1%). Além do alto número daqueles que declararam não ter abordado (38,9%, ainda maior que

o anterior, que pode significar que até quem respondeu raramente nem considera como válido, será mais animador se as outras temáticas (podia dar mais de uma resposta) também estivessem no programa produzido. Como levantado por Oliveira (2020), a desinformação está dentro de uma dinâmica de circulação que não envolve somente a informação em si, mas todas as percepções que grupos socialmente organizados dão sobre ela e subjetividades dos indivíduos presentes nestes grupos. Não haver qualquer abordagem da desinformação com um aspecto econômico – quando sabemos que, para acima de tudo, é um processo econômico onde as empresas ganham pela circulação e não pelo conteúdo, falso ou não – e, no mínimo, ingenuidade das IES e, no máximo, uma alienação do papel de esclarecer o contexto macrosociológico do quadro como pedido por Prando (2021). Sob este viés, Marshall (2017) ressalta a desinformação como um produto na contemporaneidade, justamente pelo caráter comercial que ela apresenta, inclusive, a partir da própria contratação de grupos especializados em criar conteúdos falsos para difamar determinados agentes ou o impulsionado pago destes conteúdos por meio das plataformas digitais (MELLO, 2020) (Gráfico 2).

**Gráfico 2 - Ênfase relacionada ao tipo de abordagem utilizada pelas TVs**



FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2023).

Mas insistimos no copo metade cheio. É uma temática ainda nova – e cheia de nuances que vão da sua ainda dita estruturação conceitual inicial, até o mais puro interesse econômico de não esclarecer essas mesmas nuances sob risco que, desvelada, a mina de ouro seja alvo de regulações, limitações sociais e financeiras e questionamentos políticos com ênfase no interesse público em detrimento do privado. Algo, por sinal, necessário de qualquer maneira. E as TVs Universitárias demonstram quererem utilizar de suas próprias características para ampliar seu papel contra a desinformação.

Mesmo ainda longe de suas potencialidades – principalmente por falta de recursos e informação – as emissoras universitárias contam histórica e tecnicamente, com uma rede que as conecta, a Rede de Intercâmbio das

Televisões Universitárias – RITU – igualmente administrada pela ABTU. E mesmo aquelas que não fazem parte – é preciso ser associada a entidade – já contam com histórico de trocas de conteúdo. Tal realidade aparece na pesquisa pois um terço das TVs andou veiculando produções de outras irmãs com a temática da desinformação (Gráficos 3). Ok, poderia ser mais, mas, novamente, é o início dos tempos cujo tema começa a emergir nos mais variados campos do conhecimento e vida em sociedade. E talvez apenas precisem saber o que os colegas estão produzindo.

**Gráfico 3 - Reportagens ou documentários utilizados pelas TVs relacionados à desinformação**



FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2023).

E quando são questionados se fazem exibições de outras fontes, a boa notícia que 27,8% utiliza a produção acadêmica de sua própria instituição de ensino superior (Gráfico 4). Aliás, como não poderia deixar de ser, a interação entre a comunidade universitária e produção fazendo parte programação da TV universitária. O problema da desinformação se apresenta de maneira interdisciplinar e tem se tornado motivo de preocupação de várias áreas do conhecimento: comunicação, política, saúde, entre outros campos epistemológicos (ALVIM; ZILIO; CARVALHO, 2023).

#### Gráfico 4 - Fontes utilizadas pelas TVs para abordar desinformação



FONTE: ELABORADO PELOS AUTORES (2023).

Ao fio e ao cabo, a desinformação pode ser considerada como uma espécie de distorção ética do jornalismo – que também é considerado uma instituição epistêmica a partir de técnicas de apuração e regidas pela ética profissional – pois se apropria do formato jornalístico (linguagem, coerência, objetividade) para se “vender” como representação fidedigna dos fatos, embora nem mesmo o jornalismo tenha se arriscado a se propor um objetivo tão extremo e, certamente impossível, como este (POSETTI, 2019). A integração entre produção acadêmica, tv universitária e demais veículos de comunicação não somente torna-se essencial no combate à desinformação, como também pode articular uma nova maneira de produzir conhecimento, compartilhá-lo com as mais diversas audiências tendo um inimigo em comum: a desinformação que, apesar de já ter mostrado seus efeitos práticos em eventos recentes como eleições – no Brasil e no mundo ou mesmo as informações falsas relacionadas à pandemia e vacinação (PAES, 2022), o assunto ainda parece não ser discutido de maneira sistemática capaz de trazer luz e dar a importância que o tema realmente parece merecer.

#### E AGORA, OS BONS EXEMPLOS E ALGUMAS SUGESTÕES

Destaque para a TV Unesp, mantida pela Universidade Estadual Paulista, em Bauru/SP, emissora em sinal digital aberto e em outras plataformas. A Unesp é uma das instituições parceiras que criou um selo de credibilidade para jornalismo na internet para combater a desinformação. Em uma entrevista de mais de sete minutos, o professor do Departamento de Comunicação da Unesp, em Bauru, Francisco Belda conversou sobre o projeto com Leire Bevilacqua (Figuras 1 e 2)<sup>8</sup>.

#### Figura 1 - Unesp Notícias informou sobre o projeto contra desinformação da própria IES



FONTE: YOUTUBE/TV UNESP (2017).

#### Figura 2 – Memória Unesp Covid-19



FONTE: YOUTUBE/TV UNESP (2021)

Na mesma linha, dentro do projeto Memória Unesp Covid-19 com o registro de ações da instituição no combate à pandemia pelos depoimentos dos personagens da comunidade escola, deu voz a Profa. Patrícia Mastroianni e alunas Cecilia Depentor e Gloria Carboni da Faculdade de Ciências Farmacêuticas (FCF) que desenvolveram o projeto “FCF na Pandemia” com objetivo de divulgar informações sobre a Covid19 nas redes sociais, e combater a desinformação<sup>9</sup>. Uma live de mais de uma hora foi produzida pelo Programa de pós graduação, curso de doutorado em Mídia e Tecnologia e o curso de Jornalismo da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação especificamente sobre desinformação e vacina<sup>10</sup>. E durante toda a programação, uma série de pílulas bem específicas sobre notícias falsas que circulavam sobre vacinas, com explicações didáticas<sup>11</sup> (Figura 3).

8 Unesp Notícias | Notícias falsas. <https://www.youtube.com/watch?v=eUAH-d6Xa5Y>

9 Patricia Mastroianni, Cecilia Depentor e Gloria Carboni - câmpus Araraquara. <https://www.youtube.com/watch?v=vj35W7RzYa0>

10 Unesp em Debate | Contra a desinformação antivacina. <https://www.youtube.com/watch?v=j8qGvujoSuk>

11 Unesp pelas Vacinas | Vacinas NÃO são feitas de fetos abortados. [https://www.youtube.com/watch?v=Dv\\_TeAvrG0w](https://www.youtube.com/watch?v=Dv_TeAvrG0w)

Figura 3 - Unesp em debate sobre desinformação



FORNTE: YOUTUBE/TV UNESP (2022).

As iniciativas da TV Unesp utilizaram de primeiríssimas fontes, a sua própria comunidade acadêmica. Além de bem especializada e crível, é justamente o conhecimento construído dentro da própria IES. Não deve ser difícil encontrar – dado que é um tema “na moda” – quem deva estar tratando sobre desinformação, fake news e correlatos dentro da escola e trazê-los à luz da TV. O que, inclusive, chega a ser uma obrigação da TV universitária, levar esse conhecimento além muros e utilizando-se de seu mais eficiente projeto de extensão universitária.

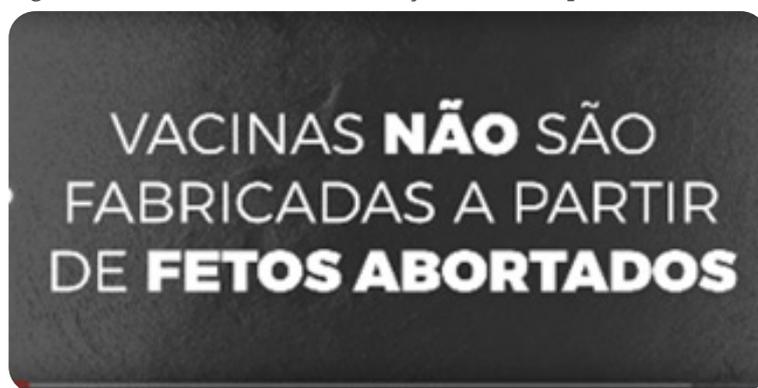
Um outro destaque foram os formatos das pílulas durante a programa: enquanto os demais programas tiveram uma média de 250 visualizações no canal do YouTube (o que não tem referência com a sua audiência no sinal aberto), somente uma das pílulas (Figuras 4, 5 e 6) atingiu mais de 2.500 no mesmo veículo. O formato curto, mas com informações precisas tem sido também objeto de experimentações das TVs universitárias, com sucesso, convidando as emissoras a se lançarem em plataformas ainda não tão exploradas pela academia.

Figura 4 - Pílulas contra desinformação utilizadas pela TV



FORNTE: YOUTUBE/TV UNESP (2021).

Figura 5 - Pílulas contra desinformação utilizadas pela TV



FORNTE: YOUTUBE/TV UNESP (2021).

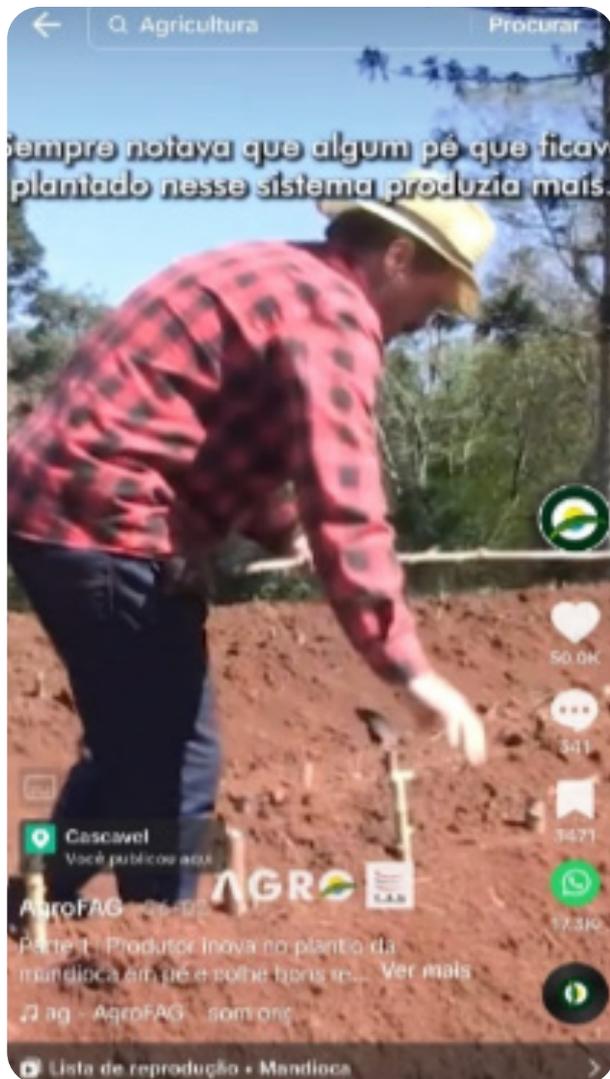
Figura 6 - Pílulas contra desinformação utilizadas pela TV



FORNTE: YOUTUBE/TV UNESP (2021).

A TV FAG, do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz, em Cascavel, Paraná, Fundação Assis Gurgacz, aplicativo do TikTok, por exemplo, alcançou mais 15 mil seguidores depois de três vídeos sobre plantio, colheita e pesagem de mandioca, com mais de 4 milhões de visualizações. Essa audiência fortaleceu o canal no YouTube, plataforma quando antes levaram sete meses para atingir mil inscritos, após o vídeo no aplicativo em apenas 15 dias aumentou em 180%. A emissora aproveitou e também replicou nos Shorts (vídeos curtos do YouTube) e nos Reels (Instagram) (Figura 7).

Figura 7 - Vídeo viraliza em experimento da TV FAG

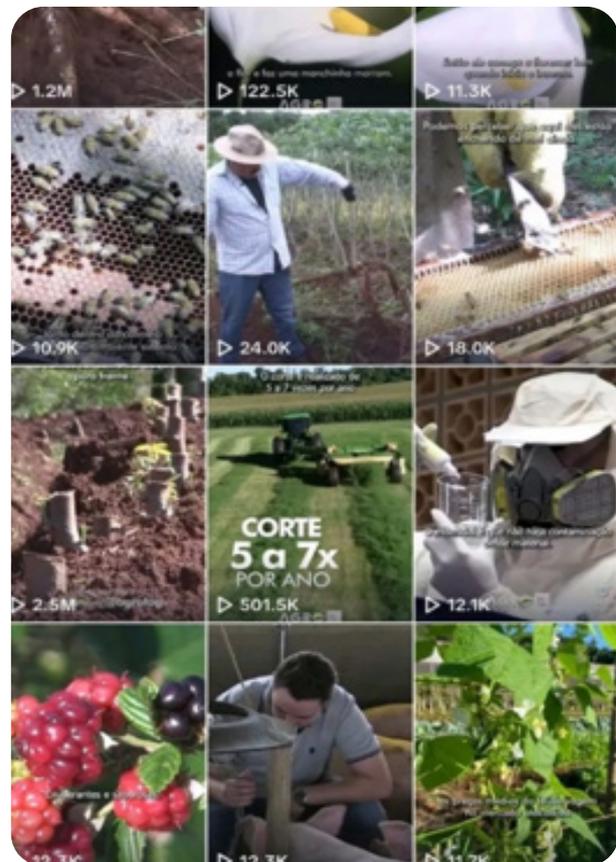


FONTE:TIKTOK/TV FAG (2023).

Segundo depoimento do coordenador da TV FAG, Prof. Luis Sonda, a conta aberta no TikTok ficou cerca de 15 dias com uma performance decepcionante, abaixo até do perfil da emissora do Instagram. Mas ao publicarem um vídeo de menos de um minuto sobre um agricultor que planta a mandioca na vertical (o comum é colocar a maniva na horizontal), no mesmo dia o vídeo viralizou e conta, na ocasião da redação deste artigo (julho de 2023), com mais de 2 milhões de visualizações. Após centenas de comentários sobre a dificuldade de colher com esse tipo de técnica, ao fazer novo vídeo mostrando o agricultor e sua técnica só com a mão esquerda para arrancar o pé, foram mais 1 milhão de visualizações. Em seguida, novos comentários davam conta de que a produção era baixa. O terceiro vídeo

mostrou a paisagem da mandioca e o conteúdo alcançou mais 1 milhão de visualizações. No processo de interação, um produtor do interior da Bahia, de Várzea da Roça, enviou seu próprio vídeo colhendo um só pé de mandioca que pesava mais de 10kg! No que foi seguido por outro produtor do Maranhão que também colheu acima da média. “É uma corrente”, resumiu o Prof. Sonda (Figura 8).

Figura 8 - Série do plantio da mandioca gerou quase 10 milhões de visualizações na soma nos perfis do Tik-Tok, YouTube e Instagram



FONTE:TIKTOK/TV FAG (2023).

Com isso, a emissora em 15 dias conquistou 15 mil seguidores no TikTok, subiu no Instagram para 75 mil e no Youtube para 10 mil. “E o conteúdo dos nossos vídeos é educativo! São informações técnicas sobre o plantio de mandioca!!!!” se espanta o próprio coordenador da TV universitária paranaense.

A TV UFMS, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul foi mais além e literalmente saltou o muro da escola, para dentro de outra escola. Aproveitou-se do tripé básico da universidade (ensino-pesquisa-extensão) e dentro do Projeto de Extensão Prática Educomunicativa: Repórter Júnior abordou a desinformação e combate às *fake news* com alunos da rede básica de educação de Campo Grande/MS em oficinas de texto, rádio e TV e mídias sociais (Figura 9). A produção dos alunos vem sendo veiculada nas mídias da Universidade, incluindo a TV UFMS<sup>12</sup>. Tal iniciativa – ir as escolas de ensino básico e colocar os estudantes para eles mesmos, construir sua conscientização para a desinformação – é ainda tímida, mas seria um excelente exemplo de integração das IES com a educação formal de suas localidades. A ABTU tem publicação com uma série de atividades que podem ser desenvolvidas pelas TVs Universitárias e as escolas básicas, podendo ser adaptadas para uma diversidade de temáticas (MAGALHÃES, 2017)<sup>13</sup>.

**Figura 9 - A TV UFMS foi às escolas básicas de Campo Grande e colocou os alunos a produzirem vídeos sobre desinformação.**

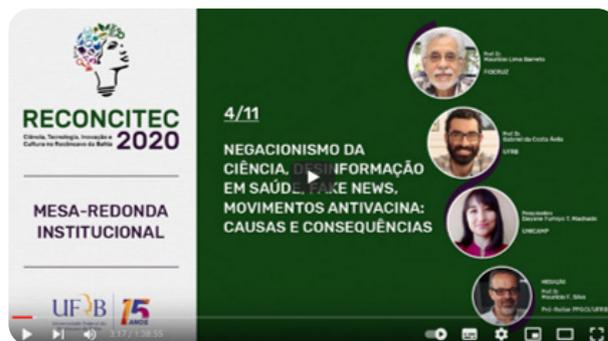


FONTE: YOUTUBE/TV UFMS (2021).

Há soluções mais caseiras, e talvez um tanto desprezadas pelas emissoras. São os eventos da própria instituição, e depois incorporada à programação e ao depósito permanente. É o exemplo da TV UFRB, da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, quando transmitiu a mesa sobre Negacionismo da Ciência e Desinformação, programação da Reconcitec 2020, encontro de ciência, tecnologia, inovação e cultura (Figura 10). É de se imaginar que as IES estejam fazendo eventos do tipo, e a integração com

a TV universitária seria fácil e necessária para ajudar a disseminar ainda mais as teorias e práticas contra a desinformação. Ajuda saber que tal transmissão teve mais de 1.300 visualizações em cerca de três anos, mostrando que tais produções não só quebram o ‘achismo’ de que as pessoas não assistem vídeos longos de eventos supostamente aborrecidos sobre ciência, como a boa estratégia de deixar disponível a produção e, como isso, ampliar ainda mais a sua assistência. Repositórios das TVs universitárias (TVU) portanto, devem ser incentivados e divulgados. Quantas se preocupam em colocar tal acervo em um aplicativo de streaming, uma “tvuflix”, ou “tvuplus”?

**Figura 10 - TV UFRB transmitiu evento sobre a desinformação, um modelo clássico, mas igualmente necessário e potencial**



FONTE: YOUTUBE/TV UFRB (2020).

Outra solução também é pautar programas da grade de programação com a temática e, uma vez mais, trazer o conhecimento da universidade – nas pessoas de sua comunidade, para ilustrar sobre o combate à desinformação ou sair às ruas interagindo com o entorno da escola. Como na reportagem do telejornal da PUC TV Goiás sobre as ações do TRE-GO contra as Fake News e a divulgação dos horários de publicidade eleitoral (Figura 11). É uma iniciativa tão fácil que é difícil de acreditar que as emissoras respondentes não tenham relatado mais do que esses casos pontuais. Ou consideram tão banais à ponto de não merecer a relevância de serem citados, ou realmente o tema contra a desinformação ainda precisa ser melhor enfatizado nas produções das emissoras universitária. Pelo exemplos, poucos ao longo do trabalho, teme-se que justamente seja o último caso.

<sup>12</sup> Repórter Júnior 2021 - Jornalismo cibercultura: Uma análise de fake news na Covid-19 <https://www.youtube.com/watch?v=8XC2hfr7ozE>

<sup>13</sup> TVE e Escolas: propostas para projetos entre as TVs educativas e escolas de ensino básico. [https://www.abtu.org.br/\\_files/ugd/cdee4f\\_7060e86575604450a74cec255cbe2fb5.pdf](https://www.abtu.org.br/_files/ugd/cdee4f_7060e86575604450a74cec255cbe2fb5.pdf)

**Figura 5 - Reportagem da PUC TV Goiás sobre desinformação**



FONTE: YOUTUBE/PUC TV GOIÁS (2022).

Baseado em tudo que foi dito, é possível imaginar algumas propostas a serem potencialmente seguidas pelas demais TVs Universitárias brasileiras, quiza quaisquer outras do campo público de televisão:

1) TV e escolas: ir nas escolas e realizar palestras e oficinas de esclarecimento e intercâmbio de opiniões e impressões sobre a desinformação. Provocar alunos e educadores a apontarem conteúdos na própria TV universitária que podem estar servindo como desinformação. Assim como aqueles que podem estar atuando contra ela. Pedir sugestões. Apontar programas a serem vistos.

2) Mapear projetos acadêmicos: o que a IES está produzindo sobre desinformação? Se pouco, tornar pauta em programas regulares da grade. Se muito, é possível produzir uma série sobre como sua universidade está lutando contra a desinformação e ajudando a sua comunidade?

3) Incentivar produção de TCC, projetos de extensão, dissertações e teses: oferecendo o objeto a ser estudado, a produção em televisão, internet e veículos correlatos, o estudo da desinformação torna-se atrativo, além de poder resultar em produtos tangíveis, visíveis, impactantes e de visibilidade para o alunato e a escola, como o TCC Desinformação e Democracia (GONÇALVES; DE DEUS; PASCHOAL NETO, 2022). O documentário discute os riscos que a desinformação pode trazer à democracia a partir do contexto eleitoral de 2022, no Brasil. Foram entrevistados professores e pesquisadores que têm se atentado à desinformação nos diversos campos do conhecimento, tais como: comunicação, política, tecnologia e psicologia. Além disso, a produção também contou a participação do assessor-chefe da Assessoria Especial de Enfrentamento à Desinformação do Tribunal Superior Eleitoral – TSE. Democracia da Desinformação foi premiado com a 1ª colocação na cate-

goria de documentário jornalístico e grande reportagem da Exposição de Pesquisa e Produção Experimental em Comunicação – EXPOCOM, da região sudeste em 2023 e recebeu menções honrosas nas Câmaras Municipais de Botelhos (MG), Poços de Caldas (MG), São João da Boa Vista (SP) – cidades cujos autores são naturais –, além do Centro Universitário das Faculdades Associadas de Ensino – FAE (UNIFAE), instituição na qual os autores são vinculados. Além disso, o trabalho foi amplamente divulgado por veículos de comunicação da imprensa sul mineira, em TVs, rádios e portais de notícias.

4) Pautar desinformação: é um tema relevante e praticamente pode ser pauta de qualquer produção regular. A desinformação causa danos desde as áreas da saúde, direito, economia, até áreas mais fluidas, como comportamento, cultura, questões sociais. E não faltam profissionais que possam falar de vários desses aspectos dentro da IES.

5) Projetos de Letramento: não basta dar o que ver e ler sobre desinformação. É preciso ensinar as pessoas a aprenderem como detectar falsas informações, a ajudar a sua não disseminação, a servir como agente multiplicador das ações contra desinformação. Tais projetos podem ser feitos em diversos ambientes, podem ter o apoio das faculdades de pedagogia e de licenciatura, podem se dirigir tanto para a escola como sugerido no item anterior, como dentro da IES, em outras organizações sociais e parceiras da universidade, e até mesmo se transformar em uma metodologia a ser disseminada.

6) Programa ou série especial: tal formato ajuda a disseminar a escola institucionalmente, pois serve a projetos de intercâmbio ou simples exibições em outros canais. Seu repositório em plataformas de acesso livre tem mais potencialidade de ser visto à médio e longo prazo, a partir de seus metadados disponíveis aos sites de busca. E porque as audiências tem afeição por séries nesse momento de popularização dos serviços de streams. Aqui também encaixa a proposta de intercâmbio entre as emissoras e demais veículos, fortalecendo as grades e o processo de luta contra a desinformação em vários canais.

7) Transmissão de eventos: da mesma maneira da proposta anterior, o seu repositório disponibiliza a informação muito além do momento específico e ao vivo do evento, que sai das cadeiras do auditório e ganha o mundo. Mas também deve-se enfatizar a experiência do ao vivo, de participar do evento de forma síncrona, também valorizada pela audiência.

8) Diversifique formatos: como visto, aplicativos e novos formatos como TikTok e Reels não devem ser ignorados pelas TVs universitárias pois justamente nelas se dessemina a desinformação. Pode-se e deve-se usar o feitiço contra o feiticeiro. O problema não está no formato e nem a predileção dos internautas por esse tipo de produção. O problema está em deixar que aqueles agentes da desinformação atuem hegemonicamente nesses ambientes. As universidades e suas emissoras têm muito a dizer, informar e desdizer as informações falsas e, por isso, deve também chegar pelo mesmo ambiente em que foram disseminadas.

9) Pílulas: o meio ambiente midiático tem se mostrado um fã da homeopatia midiática. Portanto, é importante abastecer esse mercado fragmentado. A boa notícia é que o mais difícil as TVs universitárias já dominam, ou têm acesso: conteúdo e conhecimento. Produção audiovisuais com média e grande extensão de tempo, como aqui visto, também têm seu público. Assim, às TVs universitárias não precisam abrir mão delas e podem justamente utilizar para fazer o que agora se denomina 'cortes': fragmentos de um vídeo maior que tanto abastece os aplicativos e formatos ligeiros, como atraem o público para a sua produção original.

10) Não deixe de utilizar o capital humano e acadêmico da sua instituição: enquanto se dissemina informações falsas com pseudos cientistas e personagens fictícios, a universidade tem as cabeças pensantes do país. Não há fonte mais fidedignas do que essas.

## CONSIDERAÇÕES

Tal trabalho se propôs a apresentar os avanços das TVs universitárias brasileiras e sugerir inovações convergentes das novas formas de consumo com a credibilidade da tradição, a partir de seus valores institucionais (educação, interesse público, investimento social), visando a diversidade de veículos de comunicação audiovisual, novos ou tradicionais, e que favoreçam ao combate à desinformação, ao letramento da audiência e a novas configurações de produção.

Tais experiência mostraram que cabem as TVs Universitárias se lançarem, inclusive como estratégia contra a desinformação em geral, como exemplos de produções que tratam a realidade com ênfase no conhecimento e, portanto, com a informação correta. Não se convencerem com discursos – inclusive sem comprovações de pesquisas sérias – que buscam a desmobilização quando afirmam que os espectadores estão dizendo que estão cansados de consumir notícias. Na realidade, ao que parece, como no caso da TV FAG e os vídeos sobre plantações de mandioca, o cansaço vem dos modelos antigos dos veículos tradicionais, haja vista que consumir notícia é algo inerente ao ser humano, das mais relevantes para a vida em sociedade até às mais pequenas e cotidianas focos (GAIARSA, 2015).

O paradoxo é que o nível de credibilidade dos veículos tradicionais continua muito superior que os veículos novos, criando um sujeito que quer ver notícias num lugar que não acredita nela, deixando de assistir onde acredita. Quem resolver esse dilema tem mais chances de sucesso. Embora ainda timidamente, as TVs Universitárias parecem estar encontrando o caminho. Como a boa ciência ensina, agora é replicar a experiência e aprimorar o produto a cada novo momento.

## REFERÊNCIAS:

\_\_\_\_\_. (1994) *Raisons Pratiques*. Paris: Éditions du Seuil.

ALVIM, F. F.; ZILIO, R. L.; CARVALHO, V. O. Desinformação: o que é, o que não é e quando. *Revista do TER-RS*, n. 52, 2023. Disponível em: [Desinformação o que é, o que não é e quando \(Artigo para a Edição N. 52 - Online First Publication\).pdf](#). Acesso: 14 mar. 2023.

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M.. Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 14 de abril de 2023.

ALZAMORRA, G.; ANDRADE, L. A dinâmica transmídia de fake news conforme a concepção pragmática de verdade. *Revista MATRIZES*, São Paulo, v. 13, n. 1, pág. 109-131, jan./abr. 2017. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p109-131>. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/149592>. Acesso em: 06 jun. 2023.

D'ANCONA, M. Pós-verdade [tradução Carlos Szlak]. - 1. ed. - Barueri: Faro Editorial, 2018.

DE DEUS, D.; CARLOS NOGUEIRA, A. A identificação de fake news por alunos e professores: um experimento em escolas públicas no Brasil. *Culturas Midiáticas*, [S. l.], v. 16, p. 21, 2022. DOI: [10.22478/ufpb.2763-9398.2022v16n.61652](https://doi.org/10.22478/ufpb.2763-9398.2022v16n.61652). Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/cm/article/view/61652>. Acesso em: 28 jun. 2023.

GONÇALVES, E.; DE DEUS, D.; PASCHOAL NETO, J. D. Democracia da Desinformação. Trabalho de Conclusão de Curso, Centro

Universitário das Faculdades Associadas de Ensino – FAE (UNIFAE), São João da Boa Vista, 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ArJjatI8als&t=705s>. Acesso em: 28 jul. 2023.

GAIARSA, J.A. Tratado geral sobre a fofoca [recurso eletrônico]: uma análise da desconfiança humana / José Angelo Gaiarsa. – 15. Ed. – São Paulo: Ágora, 2015

I FÓRUM NACIONAL DE TV'S PÚBLICAS: Diagnóstico do Campo Público de Televisão – Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 112 p. (Caderno de debates.) [https://ouvidoriaciadadaebc.org/wp-content/uploads/2022/08/Forum\\_Nacional\\_de\\_TV\\_s\\_Publicas\\_\\_\\_Caderno\\_de\\_Debates\\_vol\\_1.pdf](https://ouvidoriaciadadaebc.org/wp-content/uploads/2022/08/Forum_Nacional_de_TV_s_Publicas___Caderno_de_Debates_vol_1.pdf)

ITS. H.: dinâmicas de consumo e compartilhamento de informações por jovens brasileiros. Instituto de Tecnologia & Sociedade do Rio, Guilmarães, Thayane et. all. <https://itsrio.org/wp-content/uploads/2020/08/Relat%C3%B3rio-Hablatam.pdf>

LARA, Cleto R. C. O jornalismo e os jovens num contexto informativo marcado pelas Fake News. ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa. Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Outubro, 2020 [https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/21085/4/master\\_lara\\_calcas\\_cleto.pdf](https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/21085/4/master_lara_calcas_cleto.pdf). Acesso em: 14 de abril de 2023.

MAGALHÃES, C. TV ALTERNATIVA NO BRASIL: crônicas sobre a diversidade das televisões pelo país. IDJ Editora, 2023 (no prelo).

MAGALHÃES, C. TVE E ESCOLAS: propostas para projetos entre as TVs Educativas e Escolas de Ensino Básico. Belo Horizonte: FAPEMIG/UNA/ABTU, 2017.

MARSHALL, Jonathan Paul. Desinformation Society, Communication and Cosmopolitan Democracy. *Cosmopolitan Civil Societies Journal*, v. 9, n. 2, 2017, p. 1-21. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/318597794\\_Desinformation\\_Society\\_communication\\_and\\_cosmopolitan\\_democrac](https://www.researchgate.net/publication/318597794_Desinformation_Society_communication_and_cosmopolitan_democrac). Acesso: 23 mar. 2023.

MELLO, P. C. A máquina do ódio: notas de uma repórter sobre fake news e violência digital São Paulo: Companhia das Letras, 2020.

MOIRA, V. Uso do TikTok como fonte de notícias aumenta cinco vezes entre os jovens, diz pesquisa. *AJOR*, 8 jul. 2022. Disponível em: <https://ajor.org.br/uso-do-tiktok-como-fonte-de-noticias-aumenta-cinco-vezes-entre-os-jovens-diz-pesquisa/>. Acesso em 10 de abril de 2023.

OLIVEIRA, T. M. de. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. *Liinc em Revista*, [S.l.], v. 16, n. 2, p. e5374, 2020. DOI: 10.18617/liinc.v16i2.5374. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5374>. Acesso em: 19 maio 2023.

PAES, F. A. O. De. Desinformação científica no Twitter: fixação de crenças em torno da cloroquina durante a pandemia da covid-19. 2022. 153 fols. Dissertação (Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/45844>. Acesso em: 17 abr. 2023.

PRADO, M P. P. Jovens jornalistas e o consumo de informação imediata nas redes sociais. *Revista Observatório*, 2016, Memória, Gênero e Comunicação: Fronteiras da memória, subjetividade, gênero, comunicação e cinema em Europa e América Maio-Agosto 2016, 2 (3), pp.292-307. Disponível em: <https://hal.science/hal-0157112/>. Acesso em 17 de abril de 2023.

PRANDO, R. A. Fake news e política na sociedade brasileira. In: AMARAL, L. F. P., PRANDO, R. A. (coord.) *Fake News: riscos à democracia*. São Paulo: Editora IASP, 2021.

POSETTI J. Transformação da indústria de notícias: tecnologia digital, redes sociais e disseminação da informação e desinformação. In: POSETTI, J. (org.) *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo*, 2019. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 21 mai. 2023.

PRIOLLIJR. Gabriel. *ATV pública é importante?* *Cult*. Disponível em: <https://revistacult.uol.com.br/home/a-tv-publica-e-importante/>. Acesso em: 25 de maio de 2023.

RAMALHO, Alzimar. *Mapa da TV universitária brasileira: versão 3.0*. Anadarco: Viçosa, MG, 2011.

SANTAELLA, L. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Lucia Santaella, -Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2019.

WARDLE, C., DERAKHSHAN, H.. *Information Disorder: Toward and interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe Report, set./out. 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 17 março 2023.