

REVISTA ABTU

TV Universitária + TV Pública

ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária - 2018 - nº 5 - ISSN: 2318-4566



A diversidade produtiva
e os novos desafios das
TVs Universitárias e públicas



TUDO O QUE VOCÊ
PRECISA ESTÁ NA

MELHOR

**DO NORTE
NORDESTE***

- 45 anos de tradição no ensino superior
- Mais de 90 mil profissionais graduados
- Campus de 720 mil m² com flora e fauna exuberantes
- Mais de 230 laboratórios para prática acadêmica
- Maior parque desportivo da América Latina
- Espaço Cultural: exposições nacionais e internacionais
- Biblioteca com mais de 325 mil volumes
- Mais de 160 parcerias internacionais

www.unifor.br

*Segundo o Ranking Universitário Folha (RUF 2016),
considerando universidades particulares.



45
anos

UNIFOR

ENSINANDO E APRENDENDO

Tempos Estranhos

A TV Universitária vive tempos estranhos. Ao mesmo tempo em que se fecham importantes TVs universitárias e públicas, outras abrem com os mesmos sonhos e entusiasmo dos pioneiros das três levas que caracterizaram nosso segmento (as primeiras emissoras abertas nos anos finais de 1960, quando da distribuição de outorgas nos meados dos anos 1980 e com a aplicação da lei do cabo, a partir de 1995).

A internet e suas webTVs; os novos, baratos e intuitivos softwares de produção e divulgação de produções audiovisuais; a implantação da TV Digital (que abre novos espaços no espectro da TV aberta, além do Canal da Cidadania); redes sociais como canais de extensão das emissoras. Tudo isso apontava que as TVs universitárias poderiam iniciar um novo ciclo de crescimento. De fato, emissoras foram abertas e reabertas na internet, outras aparecem na mescla, também transmitindo em sinais abertos de outras emissoras, mas também batalhando pelo seu próprio canal, e outras poucas conseguem a concessão.

Mas é também o tempo do fechamento de emissoras tradicionais e símbolos da TV Universitária brasileira: TV Unisinos e TV UCS – Caxias do Sul, ambas do Rio Grande do Sul, que foram até pouco tempo atrás exemplo de emissoras ideais, que congregavam em suas produções o que melhor havia de produção audiovisual agregado ao ensino, à pesquisa e a extensão. Devemos aos gaúchos das emissoras extintas um bocado de seu esteio, em especial a UCS onde ocorreu o primeiro Fórum Brasileiro de TVs Universitárias, marco que fez surgir, entre outros avanços, a RITU – Rede de Intercâmbio da Televisão Universitária e a ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária.

Essa edição da Revista ABTU – TV Universitária + TV Pública é um retrato dessa situação bipolar. Convivemos com o fechamento arbitrário de uma das mais tradicionais TVs públicas do país, a TVE do mesmo Rio Grande do Sul, mas com um dos projetos mais inovadores e inspiradores, a Rede Prosa, também do mesmo estado e já descrita na edição anterior. Portanto, nas próximas páginas, se verá desde a indignação até a esperança retratada nos diversos projetos que tocamos ainda com muito empenho e aflição.

Continuamos acreditando no que escrevemos na edição anterior: há muito espaço para a TV Universitária. E temos que continuar na luta agora, não só de continuar expandindo, mas não perder o que já foi conquistado.

Fernando José Garcia Moreira

Presidente da ABTU

Sumário

TV Universitária

Rede de intercâmbio de televisão universitária brasileira: uma experiência de difusão científica cultural 5

Claudio Márcio Magalhães

Fernando José Garcia Moreira

Um Cenário em Constante Mudança: O Exercício Diário das TVs Universitárias 11

Marcus Staudt

Veredas de um programa ambiental no contexto do jornalismo público para televisão 16

Adriano Medeiros da Rocha

TV Pública

O impeachment na televisão pública: pluralidade e diversidade? 20

Bruna Santos de Almeida Andrade

Maria Helena Weber

Comunicação e Educação: A Contribuição da TV Câmara Natal na Esfera Pública 27

Denise Cortez da Silva Accioly

Equidade e Televisão Pública: Uma análise sobre os efeitos da aplicação do Estatuto da Igualdade Racial no Programa Nação, direcionado ao público Negro da TVERS 31

Wagner Machado da Silva

Ensaio

Os “modos” do documentário, e seus limites 35

Julio Wainer

Pílulas 38

Crise na TVE RS 41

Opinião 41

Resenha

Um telecurso de papel 42

José Dias Paschoal Neto

Normas de Publicação 42

CONSELHO EDITORIAL REVISTA ABTU

José Dias Paschoal Neto – Unifae - Presidente

Alberto Cesar Russi - TV UNIVALI

Alexandre Kielling – UCB

Américo Alves Cerqueira Passos - UNIFENAS

Ana Silvia Médola - Unesp

Andréia de Vargas Souza - FEEVALE

Carlos Alberto Carvalho – PUC-RS

Carlos Bottesi - Unicamp

Cláudio Márcio Magalhães - Una

Daniel de Thomaz - Mackenzie

Eduardo Rodrigues da Silva - TV PUC (GO)

Fabiano Pereira - USP/Esalq

Fernando José Garcia Moreira - TV Univap

Gabriel Priolli Neto – Presidente de Honra ABTU

Guaraciaba de Menezes Tupinambá Jr. - TV UFAM

Helena Cláudia - TV Unifor

Hélio Lemos Solha - Unicamp

Jair Giacomini - UNISC

Julio Wainer – TV PUC (SP)

Luiza Moretti - TV UNICAMP

Marcus Staudt - TV Univates

Neuza Meller - Unb TV

Pedro Henrique Falco Ortiz – Cásper Líbero

Reinaldo Moreira - FUNVIC

Ricardo Mota Leite - TV Mackenzie

Sandro Luis Kirst - UNIVATES

EXPEDIENTE

Produção: Comunicação Consultoria
(12) 981566744 / www.comunicacao.com.br

• **Coordenação de Jornalismo e Edição:**

Areta Braga e Natália Mitie

• **Editor Responsável:** Prof. Dr. Cláudio

Márcio Magalhães - MTB: 3613/MG

• **Editor Adjunto:** Prof. Sérgio Luiz de Jesus

• **Diagramação:** Adriano Augusto

• **Revisão:** Flávia Gavioli

• **Fotos:** Divulgação.

• **Tiragem:** 200

• **Impressão:** Gráfica Unifor.

Rede de intercâmbio de televisão universitária brasileira: uma experiência de difusão científica cultural¹

Claudio Márcio Magalhães²

Fernando José Garcia Moreira³

Resumo

As TVs universitárias (TVU) são um tanto desconhecidas. No entanto, percebe-se que há um crescimento significativo nas comunidades ibero-americanas. O Brasil é o seu maior expoente, com mais de 150 emissoras e a maior entidade política do mundo. Seu crescimento e sua atuação devem-se, prioritariamente, ao empreendedorismo, formação de redes e a inovação de suas equipes (professores, alunos, funcionários). A proposta deste trabalho é desvelar um pouco desta faceta das TVUs brasileiras na esperança de incentivar o ensino superior a pensar em sua comunicação audiovisual como um instrumento de inovação de suas práticas. Para isso, pesquisou-se e analisou-se publicações de artigos do segmento em busca de referenciais de empreendedorismo e inovação. Como resultado, um relato de parte das experiências que ilustram a atuação das televisões universitárias no Brasil e de que maneira elas podem ser reproduzidas.

Palavras-chave: televisão universitária; ABTU; televisão; TVU; Brasil

Introdução

Em 2017 a TV Universitária Brasileira completou 50 anos (FRADKIN, 2003) (TORVES, 2007), (VALENTE, 2009), (MILANEZ, 2007). Esse momento também comemora cinco décadas da TV pública e TV Educativa (TVU) no Brasil, visto que a primeira TV Pública educativa também era da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). A simbologia deste momento resgata uma parte significativa da televisão no país – conhecido pela qualidade técnica das suas emissoras comerciais. Por um bom tempo, a radiodifusão pública televisionada esteve a cargo das instituições de ensino superior, algo inusitado em grande parte do mundo. E, em 2010, já eram mais de 150 TVs universitárias, distribuídas em TV's abertas, no cabo e por streaming (internet), número que se desconhece haver em outro país.

O ano de 1967, portanto, marca a entrada das instituições de ensino superior (IES) do Brasil como produtoras daquele que seria o veículo mais popular do planeta no Séc. XX. A TV Universitária de Pernambuco (ou TV Universitária de Recife), emissora ainda ativa, pertence a Universidade Federal de Pernambuco, uma universidade pública federal. Com ela, inicia-se um processo de ações de

empreendedorismo e inovação tecnológica social, assim como a internacionalização de algumas dessas escolas a reboque de sua produção televisiva, que irá adentrar o Século XXI.

“As 150 emissoras, detectadas no Mapa Brasileiro de Televisão Universitária em 2010 representavam, na ocasião, que 9% das IES brasileiras produziam televisão (RAMALHO, 2011). Tal avanço foi resultado de uma mistura produtiva da necessidade de ampliar sua extensão com a comunidade e fortalecer sua marca institucional, com doses de empreendedorismo e inovação por parte de professores e alunos entusiasmados para enfrentar um segmento dominado por emissoras comerciais de reconhecimento mundial. Com o avanço da tecnologia e da internet, o crescimento ainda é potencial, uma vez que, em 2010, apenas 38% das IES tinham se aventurado no ciberespaço (RAMALHO, 2011, p. 47).”

Acrescenta-se, neste cenário, uma das mais representativas Associações que reúne instituições de Ensino Superior (IES)

que produzem TV do mundo, a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) – e que inspirou a criação de outras semelhantes na América Latina.

Embora existam outras instituições muito mais antigas, sendo que a mais antiga associação de televisões mantidas por universidades é a NASTA (National Student Television Association) do Reino Unido, e a primeira televisão universitária da Europa foi criada em 1964, a Glasgow University Student Television (GUST), sendo a primeira de todo o mundo a ser operada totalmente por alunos (ABRAHAM, 2009) e que nos EUA existe a National Association of Educational Broadcasters (NAEB), criada em 1988 como Association of College and University Broadcasting Stations. Estas duas Associações têm em comum a participação efetiva de alunos tanto nas emissoras, como nas próprias associações, diferente da ABTU que abriga instituições com diversas formas de gerenciamento de suas produções, com participação total ou parcial de alunos no processo e não inclui alunos em sua gestão como associação. (NAEB, 2017)

A ABTU reuni dezenas de IES desde sua fundação em 2000 (os números de afiliadas na época era de 46 instituições

¹ Artigo originalmente publicado em GÓMEZ, G.O, FRANCÉS, M., ANGUINIANO, B. L. (coords.) La Comunicación Audiovisual de la Ciencia. Madri: Editorial Síntesis, 2018.

² Doutor em Educação, Mestre em Comunicação Social, Professor/Orientador no Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local e do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário UNA.

³ Doutor em Comunicação Social, Pedagogo, Publicitário, Jornalista, Profissional de Televisão, Professor. Diretor da TV Univap, Presidente da ABTU (2014-2018). Membro do Labcom Univap, da Sociedade Brasileira de Engenharia de Televisão, Broadcast Education Association e National Association of Television Program Executives.

e em 2017 é de 36), sua atuação foi fundamental para a conceituação da TVU, para sua representatividade política, para o incentivo e a expansão das atividades de produção e a formação da Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária (RITU). A RITU promove a troca de conteúdo sem ônus entre os parceiros, para a divulgação científica e, por fim, a expansão da TVU brasileira em diversos países ibero-americanos.

No entanto, a TV universitária faz coro com boa parte de iniciativas semelhantes no mundo. Há um grande desconhecimento de sua atuação e de sua história. Tal problema impede que as TVUs se vejam como iniciativas inovadoras e empreendedoras, o que resulta no fechamento em si mesmo e a não socialização deste conhecimento construído. Por outro lado, a última década foi profícua na ampliação de redes de televisões universitárias, em especial nos países ibérico-americanos, mas, ainda assim, desconhece-se grande parte das TVUs brasileiras, que representam um cenário inédito, dado o grande número de emissoras e a sua história de organização política e de representatividade, como também no campo de práticas, pesquisas e intercâmbios.

1.1 Televisão Universitária Brasileira

A televisão universitária brasileira viveu três momentos distintos. O primeiro, a partir do final dos anos 1960 e início da década de 1970 quando o então governo militar viu na implantação de um sistema de televisão educativa uma maneira de fazer educação a distância. A ideia não deu certo, mas deixou como herança a implantação de cerca de uma dezena de emissoras ligadas diretamente a órgãos públicos de educação, entre elas, algumas universidades (FRADKIN, 2003).

Eram emissoras abertas, que passaram a ser a opção educativa nas localidades e regiões onde atingiam seus sinais, dentro do modelo brasileiro de bipolaridade desequilibrada: majoritariamente TVs comerciais dominando o seguimento, tendo as TVs educativas em situação marginal. Com o fim da ditadura e a abertura democrática, no fim dos anos 1980, uma nova leva de concessões para universidades, agora também de âmbito privado, acrescenta cerca de uma dezena de emissoras ligadas às IES. Esse período também viu a apropriação das demais concessões de TVs educativas sendo usadas como moeda de barganha político-partidárias, e as universitárias foram tanto prejudicadas, quando relegadas em favor de um político amigo do governo de então, como beneficiadas, quando favorecidas por outras forças políticas na obtenção

da outorga televisiva.

O terceiro momento, que definitivamente permitiu o crescimento da atuação das TV's universitárias como um novo gênero, foi a promulgação da Lei Federal 8.977 (Lei do Cabo), no ano de 1995, que obrigava as operadoras de cabo, segmento recém criado e em grande crescimento na ocasião, a disponibilizarem um canal para as universidades fazerem televisão. Surgiram então dezenas de canais universitários, que continham em sua programação produções de diversas IES em consórcio. A partir daí, com canais garantidos de divulgação, somadas a experiência anterior em sinal aberto e a tecnologia de produção audiovisual cada vez mais acessível, a universidade brasileira tomou gosto por fazer TV. Em 2012 foi promulgada a Lei 12485, a chamada "Lei do acesso condicionado" que trouxe nova regulação para o setor e tornou os Canais Universitários como obrigatórios no line-up de todas as operadoras, inclusive por satélite (estas porém pendentes de regulação específica até 2017, por questões técnicas e logísticas).

A história é longa e cheia de percalços, e não cabe aqui seus desdobramentos. Aqui interessa que tal movimento gerou uma mobilização política entre os dirigentes das emissoras universitárias a ponto de, a partir de 1997, se reunirem periódica e sistematicamente para transformarem as iniciativas isoladas em um movimento em prol da consolidação da TV universitária como um gênero no segmento televisivo. A ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária é fundada em 2000, com 25 instituições de ensino efetivamente fundadoras e mais 11 como observadoras participantes do movimento.

A ABTU surge com dois propósitos específicos, o de representar o segmento politicamente nas mais diversas instâncias institucionais, em prol do fortalecimento do gênero, e o de formar a RITU – Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária. A rede irá se desdobrar num terceiro propósito, o da internacionalização, que é apresentado mais ao final deste texto.

Essa representatividade calçou a entidade a fornecer o conceito do que deve ser uma televisão universitária.

“No conceito adotado pela ABTU, a televisão universitária é aquela produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou de qualquer canal de difusão (VHF, UHF, cabo, satélite, internet, circuito interno, em grade de programação de outras emissoras, educativas ou co-

merciais), independentemente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento (Ministério da Cultura, 2006, p. 58).”

Se vê que o conceito já era em consonância com uma ideia mais abrangente de uma TV mais ligada à complexa produção audiovisual do que a um aparelho de reprodução de imagens e sons. Portanto, televisão é um gênero audiovisual, com gramática e sistema de produção e interação que lhe é próprio e distinto de outros meios de comunicação audiovisual, como o cinema. E sua veiculação, assim, não se restringe ao televisor, mas as mais diversas formas de tela e meios de difusão.

1.2 Processo de Inovação

A TV universitária é por excelência um espaço de experimentação e inovação, muito mais do que reproduzidor de modelos pré-existentes, apesar de que, em muitos momentos existe essa reprodução como forma de aproximação do alunado às necessidades do mercado no qual será inserido, ou seja, colaborando na formação de mão de obra qualificada e treinada para realizar o dia-a-dia de uma emissora de TV, permitindo porém que mesmo reproduzindo um modelo, este seja discutido de maneira a levar para o mercado o pensamento crítico sobre novas formas de fazer televisão.

O termo Inovação tem ganhado destaque no Séc. XXI, dado ao avanço das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC). Lucília Machado (2009), no entanto, defende que a inovação tem sido inerente ao desenvolvimento e as transformações sociais, embora com enfoque nas questões tecnológicas e econômicas. Não deveria ser o caso.

“A inovação corresponde ao nível mais elevado das capacidades humanas, pois ela requer uma visão de conjunto e de síntese das necessidades humanas, dos meios e recursos disponíveis e das condições e oportunidades para o emprego de conhecimento e adaptação de soluções tecnológicas. Entende-se, por outro lado, que, embora as inovações possam ser associadas a processos de desenvolvimento, mudanças e transformações, estas relações precisam ser vistas como não lineares e deterministas. (MACHADO L., 2009, pp. 11-12).”

3 É ciente de quanto a palavra 'gênero' remete a diversos significados em diversos campos do saber. Aqui pensa-se a concepção pensada por Arlindo Machado, inspirado pelo filósofo da linguagem, Mikhail Bakhtin, quando esse defende que gênero “é uma força aglutinadora e estabilizadora dentro de uma determinada linguagem, um certo modo de organizar ideias, meios e recursos expressivos, suficientemente estratificado numa cultura, de modo a garantir a comunicabilidade dos produtos e a continuidade dessa forma junto às comunidades futuras” (MACHADO A., 2003, p. 68).

Mesmo quando trata-se da inovação sobre os aspectos tecnológicos, ela deve ser considerada muito além de uma nova versão de um equipamento anterior. Castells (1999) demonstra que não há isolamento em uma inovação tecnológica.

“Ela reflete um determinado estágio de conhecimento; um ambiente institucional e industrial específico; uma certa disponibilidade de talentos para definir um problema técnico e resolvê-lo; uma mentalidade econômica para dar a essa aplicação uma boa relação custo/benefício; e uma rede de fabricantes e usuários capazes de comunicar suas experiências de modo cumulativo e aprender usando e fazendo” (CASTELLS, 1999, p. 73)

Tal enunciação bem que poderia descrever a trajetória da TV universitária brasileira (TVU). Como se viu, ela só é o que é por conta do avanço da TV brasileira como um todo, em especial da necessidade, inclusive, de contrapor o modelo comercial; encontrou em políticas educacionais e em reitorias o ambiente institucional para sua implantação e progresso; usou de sua força de trabalho mais motivada e talentosa para suplantar as inúmeras dificuldades técnicas, inclusive sobrepondo, vez em quando, ao pensamento de ‘despesa alienígena’ de boa parte da comunidade acadêmica, defendendo-se como um projeto extensionista, de ensino e de pesquisa, que justifica-se seu custo benefício, além de ter, no contato com seus públicos – estudantes, docentes, telespectadores, outras TVUs em rede – como fim de sua produção: basicamente o de comunicar as experiências e conhecimento acumuladas por aquela IES e sua emissora.

A inovação, no entanto, tem também como característica o seu não conformismo e sua ligação inerente com o social. Especificamente, esses aspectos são ainda mais importantes para as universidades e suas Tevês. Mas ainda é preciso perseverar.

“É preciso considerar que a distribuição de conhecimento permanece profundamente desigual e que é preciso repensar o processo inovativo em sua amplitude, questionando organizações e instituições tendo em vista a valorização do papel que jogam, nesta dinâmica, a multiplicidade dos agentes sociais e a experiência coletiva de aprendizagem. É preciso, sobretudo, não esquecer que a inovação é um processo interativo com o qual contribuem, com seus diferentes ti-

pos de informações e conhecimentos, diferentes setores da sociedade (MACHADO L., 2009, p. 25).

Vê-se, portanto, que, ao tratarmos o conceito de inovação, deve-se pensá-lo muito mais do que ‘um passo além’, mas a partir de uma análise crítica de todo o contexto holístico que cerca essa caminhada. Dessa forma nada mais acertado que as TV’s Universitárias brasileiras fossem as pioneiras no desenvolvimento de um sistema de intercâmbio inovador em contraproposta a distribuição de conteúdo em formato de vídeo via satélite ou por rede de micro-ondas, utilizados pelas TV’s comerciais para envio de matérias jornalísticas ou programas.

1.3 RITU - Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária

Com o advento da produção de TV em formato digital no final dos anos 1990 e devido ao rápido desenvolvimento e divulgação das tecnologias de rede, o armazenamento e a transmissão de programas de televisão aberta foram transformados de analógico para digital. Na verdade o tráfego digital de conteúdo digital via satélite já era usual desde 1994, permitindo o melhor uso dos satélites e a criação das primeiras operadoras de TV paga com abrangência nacional, como a Direct TV. Na TV aberta deu-se inicialmente no princípio dos anos 2000 na Europa e Estados Unidos sendo que as revoluções nessa tecnologia conduziram a uma completa mudança no conceito de produção e distribuição de conteúdos audiovisuais. Segundo Wang e Dong (2014) o Sistema de Gestão de Ativos de Mídia tornou-se a escolha inevitável para melhorar a competitividade da mídia TV no quesito de troca de conteúdos. Segundo os autores o Media Asset Management (MAM) geralmente refere-se especificamente ao Digital Media Asset Management (DAM), isto é, um processo de gerenciamento que usa tecnologia avançada e conceitos e métodos científicos, com base no Media Asset Management System (MAMS). Com esse sistema é possível planejar, organizar, armazenar, controlar e utilizar os ativos de conteúdo de mídia. O objetivo coordenar a utilização dos ativos e maximizar o uso do Digital Media Asset Management System através de uma espécie de sistema de gestão abrangente, que não só pode conseguir armazenamento digital, catalogação, consulta de recuperação, transcodificação de material e lançamento de informações de vários tipos de informações de vídeo, informações de áudio, texto, gráficos, bem como como outra informação de mídia, mas também pode gerenciar a equipamentos e ativos fixos de forma abrangente.

Baseada nesse modelo o Laboratório de Vídeo Digital (LAVID) da Universidade Federal da Paraíba, iniciou em 2003, em parceria com a RNP (Rede Nacional de Ensino e Pesquisa) e a ABTU o protótipo do sistema, que seria o motor da criação de uma grade nacional de programação compartilhada entre televisões universitárias no país. O sistema funcionava em um servidor central disponibilizado pela RNP que era interconectado com uma série de computadores equipados com kits especialmente desenvolvidos espalhados nas diversas universidades que faziam parte do projeto via Internet, por se tratar de um sistema inovador e a complexidade de implantação, só foi lançado oficialmente três anos depois em 6 de junho de 2006, em cerimônia na Universidade de Brasília – UnB, com oito universidades como parte do projeto-piloto – Universidade de São Paulo - USP, Universidade Federal da Paraíba - UFPB, Universidade Mackenzie, Universidade Estadual de Campinas - Unicamp, Pontifícia Universidade Católica de Campinas - PUC-Campinas, Centro Universitário de Belo Horizonte - Uni-BH, Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC e Universidade Federal Fluminense – UFF.

Este sistema, depois denominado de ITVP e assumido pela Empresa Brasil de Comunicação para uso compartilhado das TV’s educativas brasileiras e da REDEIFES, das Universidades Federais, foi utilizado pela ABTU até o ano de 2013, de forma bastante aleatória, devido a irregularidade das produções, dificuldades de acesso à rede e falta de um repositório. Assim resolveu-se que um repositório era imperativo para manter os objetivos da Rede de maneira a preservar a história da produção televisiva universitária brasileira e oferecer conteúdos mesmo que as tevês universitárias tivessem uma produção em menor escala, e também devido a entrada de outras Universidade e Instituições que não tinham acesso a RNP, que é uma rede de alta velocidade, e que pudessem de uma forma mais simplificada enviar seus conteúdos e alavancar a distribuição de conteúdo entre as TV’s Universitárias, assim o sistema escolhido foi o de repositório baseado em FTP (File Transfer Protocol), portanto uma solução antiquada, mas que tinha foco na criação de um acervo, mais do que no simples intercâmbio.

Em 2015, depois de várias pesquisas e testes com diversas empresas nacionais, finalmente foi encontrada uma solução adequada à realidade das TVUs e assim com apoio da organização não governamental RAZUNA, criada na Europa e hoje instalada em Denver nos EUA, que desenvolveu uma plataforma de Media Asset Management / Digital Asset Management em código aberto, foi possível para a ABTU retornar

4 FTP ou File Transfer Protocol, é um dos protocolos de internet padrão usados para transferir arquivos de dados entre um cliente e um servidor através de uma rede de computadores e foi desenvolvido no início da década de 1970 por Abhay Bhushan enquanto estudava no MIT (WHO IS HOSTING THIS.COM).

ao uso de um sistema mais avançado, mas com total controle sobre todo o processo de gestão, sem a dependência de nenhum órgão público e sujeita às inconstâncias geradas pelas mudanças na política e administração federais.

O trabalho de manter uma rede de intercâmbio em funcionamento é muito mais que o sistema, na verdade é preciso um processo constante de monitoramento da entrega, análise de metadados, produção de relatórios e motivação. Na RITU cada associada participante tem a obrigação de enviar uma hora mensal de conteúdo atemporal e pertinente às áreas de educação, ciência e cultura que seja de relevância regional ou nacional e com isso pode ter acesso a quanto conteúdo necessitar. Para garantir a oferta mais conteúdo audiovisual de qualidade duas estratégias estão sendo utilizadas: solicitação de matérias audiovisuais antigos dos acervos das TVs e convênios com instituições do Brasil e exterior.

O respeito ao direito autoral é uma grande preocupação e por isso foi editado, em parceria com o Canal Universitário da cidade de São Paulo, CNU, o Manual Prático de Direito Autoral, com perguntas diversas enviadas pelas TVs Universitárias sobre o uso de som e imagem. Essas perguntas foram enviadas para um dos mais importantes escritórios de direito autoral do Brasil, que prestou a assessoria jurídica com base na lei brasileira e muitas universidades já utilizam esse Manual como referência em suas produções e trabalhos acadêmicos audiovisuais.

A difusão dos conteúdos é feita de 3 formas

- 1) Intercâmbio entre as universidades e uso nas suas grades de programação local
- 2) Utilização de uma seleção de conteúdos no Canal TUB – televisão universitária brasileira on line
- 3) Envio de conteúdos para parceiros nacionais e internacionais

No ano de 2016 a ABTU lançou uma experiência de vídeo sob demanda denominada Canal TUB – televisão Universitária brasileira (marca registrada em nome da Associação) que foi hospedado dentro da plataforma IBE.TV que é responsável pelos conteúdos da televisão ibero-americana – TEIB, uma iniciativa da Cúpula dos Chefes de Estado e de Governo de 21 países, permitindo assim aumentar a difusão de conteúdo realizado pelas Tevês Universitárias para toda a Ibero-américa.

Em outubro de 2017 a RITU mantinha 1.243 obras audiovisuais enviadas por dezenas de universidades distribuídos nos seguintes gêneros: 683 programas de entrevistas, 171 reportagens, 165 interprogramas (programas com duração entre 2 e 3 minutos), 79 documentários, 65 musicais, 37 programas especiais, 27 programas de culinária, 16 programas culturais e de notícias. Esse acervo é revi-

sado e atualizado a cada três meses, com o descarte de conteúdos que tenham data de vencimento, ou temporais, gerando um catálogo de programas que é enviado para todas as associadas. Esse repositório, não só permite um panorama da produção audiovisual universitária brasileira dos últimos anos, como também vai colaborar para o próximo desafio da ABTU, que é gerenciar seu próprio canal de televisão, baseado na lei 12485 que destina um canal universitário nas operadoras de satélite, que até 2017 ainda não havia sido regulamentado permitiu com que a Associação iniciasse o processo de ajuste de seu estatuto para tornar-se a operadora de um Canal Universitário Nacional via satélite, que assim como o canal on-line sob demanda vai utilizar o nome de TUB – Televisão Universitária Brasileira, com abrangência de todo o território brasileiro, e que será o maior espaço de difusão dos conteúdos da RITU, com previsão de início de operação em 2018.

Esta experiência da ABTU, e outras realizadas por emissoras educativas brasileiras, ajudaram na criação de outras redes importantes como a da Rede IFES, uma plataforma de Permuta de Conteúdos Audiovisuais das Instituições Federais de Ensino Superior brasileiras, baseada no mesmo conceito inicial da RITU, que foi criada com a participação de três universidades, a Universidade Federal do Paraná, a Universidade Federal de São Carlos e Universidade Feral de Ouro Preto e teve início de operação em 2007 (ESTRADA, 2013). A Rede Prosa, uma experiência que 12 universidades do estado Rio Grande do Sul, ligadas ao Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (COMUNG), na qual algumas são também associadas da ABTU. Os trabalhos tiveram início em novembro de 2012 (IORIS, 2015). A Rede está baseada em um processo alternativo de troca de conhecimentos e de produção de conteúdo jornalístico que tem foco no eixo da produção em rede, ou seja, é uma rede de produção colaborativa com o objetivo de realizar reportagens em série, apresentando abordagens diferenciadas sobre um mesmo assunto, porém também permite a troca permanente de conteúdos e reportagens, até o momento forma realizadas 15 séries em conjunto. Em outubro de 2017 foi assinada na cidade de Fortaleza, Estado do Ceará, a criação de uma Rede de Colaboração entre as Universidades do Norte e Nordeste brasileiro, apoiada pela ABTU, com a presença de 10 Universidades.

1.4 - Intercâmbio de conteúdo internacional

A proposta de internacionalização das Tevês Universitárias Brasileiras tem início com a participação da ABTU, através do Prof. Fernando Moreira, na época membro do Conselho Fiscal da instituição, no evento promovido pela Broadcast Educa-

tion Association – BEA na cidade de Las Vegas em 2004 e em outro evento promovido pela Associação Virtual Educa na cidade do México em 2005, quando a TV Univap, da qual é diretor, é apresentada como um modelo de emissora universitária que utiliza a Educomunicação em todo o processo de produção televisiva. O evento Virtual Educa Internacional realizado no Brasil em 2007, teve dentre as apresentações de trabalhos diversas participações de Tevês Universitárias, dando início também a divulgação da produção científica específica sobre a temática desse segmento.

Depois desse passo inicial, em 2012 foi realizado o I Encontro Latino Americano de Televisões Universitárias, na cidade de Rosário, Argentina, paralelamente a Sétima Reunião Ordinária da Asociación de Televisiónes Educativas y Culturales Iberoamericanas - ATEI, com a participação significativa de membros da ABTU, com oito representantes e destacando-se a TV Unifor, da Universidade de Fortaleza, que teve a presença de seu Vice-Reitor, além da diretora da TV, Profa. Helena Santos.

Com o II Encontro Latino Americano de Televisões Universitárias, realizado ainda em 2013, na cidade de Fortaleza, durante o XIII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária se consolida a internacionalização da ABTU, com a participação de representantes das Tevês Universitárias da Colômbia, Canal Zoom, do México, UDG TV (Universidade de Guadalajara) e da ATEI. Desde então têm sido realizadas parcerias e convênios com vários países para intercâmbio de conteúdo e apoio a eventos bilaterais, como a série de eventos TV Morfosis, com mais de 20 edições no México, Colômbia, Costa Rica, Espanha e Brasil.

No ano de 2016 teve início a primeira coprodução internacional com participação da ABTU e de emissoras universitárias brasileiras na série VIDAS E BEBIDAS, também coordenada pela Universidade de Guadalajara e com a participação de seis países: Brasil, Chile, Costa Rica, Colômbia, México e Espanha, com 12 capítulos.

Em 2017 foi fechado um acordo de Cooperação com o governo chinês, junto ao Departamento de Cooperação Internacional da Administração Estatal de Imprensa, Publicação, Rádio, Filme e TV da República Popular da China, o convênio prevê o intercâmbio cultural e técnico, assim como de conteúdo audiovisual e atividades de formação nas áreas de rádio e TV. Ainda está previsto o convite para as TVs Universitárias brasileiras realizarem gravações e participação em cursos de formação de rádio e TV na China.

Depois de vários anos e pequenas iniciativas podemos finalmente afirmar que a TV Universitária Brasileira é hoje reconhecida fora de nossas fronteiras, seja

pela difusão de conteúdo audiovisual cultural, educativo e científico ou ainda pela capacidade em reunir talentos e esforços para a produção de conteúdo audiovisual de qualidade como parte do aprendizado de nossos alunos.

Considerações Finais

O exemplo brasileiro de associação de televisões universitárias já deixou de ser único na comunidade ibero-americana, diversos países, como México e Argentina também criaram suas associações, além disso a consolidação de associações como ATEI - Asociación de Televisiónes Educativas y Culturales Iberoamericanas, que já tem mais de 25 anos, demonstram a pujança na incorporação das IES produtoras de conteúdo televisivo, inclusive com desenvolvimento de propostas empreendedoras e inovadoras, como o Canal Zoom, da Colômbia, o projeto TV Morfosis, do México, o Programa Polos Audiovisuales Tecnológicos da Argentina, Noticiário Cultural e Científico Iberoamericano - NCC, a plataforma IBE.TV e o Canal de Televisión Iberoamericano, do Programa Teib.

Porém, até o momento, não foi encontrada nenhuma referência em trabalhos acadêmicos, sites ou citações de outra iniciativa de televisões universitárias e de associações similares que sejam nos moldes da Rede de Intercâmbio de Televisión Universitária, mantida pela ABTU, portanto pode-se considerar uma iniciativa pioneira, e até o momento a única, por que além do intercâmbio de conteúdos mantém um repositório das universidades participantes, funcionando como apoio a construção de grades de programação.

Dificuldades em conseguir administrar e fomentar um fluxo constante de participação no aumento do acervo, enfrentada pelas Tevês Universitárias Brasileiras, talvez seja uma das razões, visto que a maioria das Tevês dispõe de equipes pequenas e tem que optar entre demandas internas da universidade e comunidade local e as produções que sirvam para atender um público externo, ainda mais um público regional ou nacional, de forma que o número de produções que possam contribuir com uma rede de âmbito nacional não estão entre os objetivos básicos de uma TV Universitária. O que foi observado também é que muitas universidades dispõem de grande acervo de materiais didáticos, orientado para aulas ou material de apoio a projetos de educação à distância, que podem colaborar para um repositório, mas não são adequados para a formação de uma grade completa de programação de uma TV que seja mais atrativa a um público cada vez mais exigente em termos de conteúdo.

A questão da Internacionalização da TV Universitária brasileira oferece como atrativo a oportunidade das IES em apresentar suas produções para fora de nossas

fronteiras, bem como receber conteúdo internacional de interesse, além de participar em coproduções internacionais à partir de convênios. A maior dificuldade está no idioma português exigindo o trabalho de legendagem, seja para exportar ou importar conteúdos, e na legislação brasileira que obriga o registro de todas as obras exibidas, apesar de ainda não obrigatório, até o momento, no segmento das tvs de acesso condicionado, como cabo e satélite e também para internet. Mas o mais importante é que tudo isso permite com que professores e alunado sejam parte de um grande projeto de comunicação educativa que seja Inter culturalmente colaborativo.

Tais iniciativas, endógenas ou de exportação, reproduzem as características das televisões universitárias, de pensar uma produção audiovisual televisiva que vise um público abrangente, que concorra pela atenção do telespectador tradicional da TV comercial, que não veja o entretenimento como uma espécie de vilão de uma produção científica e que tenha a ideia de compartilhamentos, de formação de rede, de inovação como pilares. Tudo isso, no entanto, oferecendo – e se diferenciando – uma alternativa de programação e conteúdo, que tenha o interesse público e social, a divulgação científica, a extensão da universidade, a experimentação própria do fazer acadêmico, a (in)formação operacional e crítica da produção televisiva e a busca pela inovação social como fundantes de sua produção.

No entanto, apesar dos avanços, tais experiências e visão de empreendedorismo e inovação das TVUs ainda são exceções nas IES ibérico-americanas, inclusive e principalmente nas Brasileiras. É preciso a ampliação deste reconhecimento para as áreas diretivas das instituições, extrapolando-os de eventos acadêmicos específicos e que, geralmente, não contam com a presença de reitores, pró-reitores e demais dirigentes que, ao final, são os responsáveis pelo estabelecimento de políticas de extensão e de comunicação das IES. Muitas vezes as tevês são apêndices dentro das instituições ou reconhecidas apenas dentro dos departamentos aos quais estão diretamente relacionadas.

Existe um gargalo no crescimento das TVUs, onde as que produzem não conseguem contaminar a maioria das reitorias que ainda pensam em televisão como um instrumento caro, comercial e popularesco e, assim, sem coerência – quando não em oposição – com a academia. No entanto, a experiência da ABTU e outras inúmeras no Brasil e demais países ibero-americanos já são capazes de demonstrar, quantitativamente e qualitativamente, os benefícios da produção televisiva universitária e seu intercâmbio, tanto para a IES como para a inovação social proporcionada na comunidade que a cerca e a necessidade da difusão dessa inovação

em outros âmbitos

É preciso que nos façamos representar cada vez mais nos congressos de reitorias, de mantedoras, nas atividades políticas e representativas e em entidades que representem as direções executivas e acadêmicas das escolas, demonstrando que as Tevês universitárias têm muito o que contribuir, pela sua experiência, pela comprovação de sucesso em outras IES e outros países. Não faltam números, depoimentos, estudos. Nem o momento histórico, econômico e social, onde o empreendedorismo e a inovação social são palavras chaves, tanto do que se espera das IES em geral, como características da Televisão Universitária em particular.

O propósito de criação de uma rede de intercâmbio de conteúdos audiovisuais, buscado desde a criação da ABTU em 1997, faz parte desse grande esforço em tornar a TV Universitária brasileira conhecida e reconhecida e nesse momento utilizar esse repositório criado nos últimos anos para dar início a um canal nacional universitário, assumindo um espaço criado especialmente para esse fim através da legislação e que finalmente foi objeto de regulação pelas agentes estatais da área do audiovisual, nos parece a lógica de um passo à frente nesse objetivo, mas tendo a consciência que estamos atrasados em termos contextuais tecnológicos e temos que seguir com esse espírito de inovação e empreendedorismo para alcançar os públicos consumidores através dessa e de outras tecnologias, tarefas que serão objeto de novos estudos de processos produtivos, colaboração, formatos televisivos e formas diversas de entrega de conteúdo, papel de experimentação que é intrínseco ao ambiente de nossas tevês universitárias.

REFERENCIAL TEÓRICO

Referencial teórico

- ABRAHAM, Jonathan (27 February 2006). "Analysis: University TV Stations". The Independent. London. Arquivo do artigo original de 31 agosto de 2009. Acessado em 15/10/2017. <http://www.independent.co.uk/news/media/analysis-university-tv-stations-467819.html>
- ADORYAN, A., MAGALHÃES, C. M., & PASCHOAL NETO, J. D. Produção Colaborativa e convergência de mídia na TV: uma proposta de inovação e tecnologia social para as TVs universitárias. Revista ABTU, pp. 37-43, 2013.
- BARRETO, B. V., & ARGOLLO, R. V. Processos de aprendizagem da TV Universitária: a experiência da TV UESC. Revista ABTU, pp. 13-18, 2016.
- BASTOS, M. F. Educação e empreendedorismo social: um encontro que (trans)forma cidadãos. Belo Horizonte/MG: Mazza Edições, 2013.
- CALLIGARO, D. TVs Universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira. Revista ABTU, pp. 27-31, 2013.
- CASTELLS, M. A sociedade em rede. São Paulo: Paz e terra, 1999.
- ESTRADA, Duque et al. RedeIFES: história, potencialidades e desafios para formação de uma rede convergente e interativa de comunicação horizontal das IFES. 2013
- Acesso em 29/10/2017. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/redeifes-historia-potencialidades-e-desafios-para-formacao-de-uma-rede-convergente-e-interativa-de-comunicacao-horizontal-das-ifes>
- FRADKIN, A. Histórico da TV Pública/Educativa no Brasil. Em B. CARMONA, M. FLORA, & e. a. (org.), O desafio da TV Pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade (pp. 56-62). Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.
- GÓES, J. D. Marcas Particulares de Jornalismo Científico em Televisões Universitárias. Revista ABTU, pp. 14-20, 2014.
- IORIS, Vanessa. A Experiência da Rede Prosa:TV's Universitárias do Rio Grande do Sul em Rede. Universidade do Vale dos Sinos – Unisinos. São Leopoldo. 2015. acessado em 29-10-2017 – disponível em <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/4719/Vanessa%20loris.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- LAKATOS, E. M., & MARCONI, M. d. Fundamentos de metodologia científica. São Paulo: Atlas, 2001.
- MACHADO, A. A televisão levada a sério. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- MACHADO, L. Inovações e mudanças: conceitos e abordagens. Em E. H. CABRAL, & J. C. SOUZA NETO, Temas do desenvolvimento: reflexões críticas sobre inovações sociais (pp. 11-27). São Paulo: Expressão e Arte Editora, 2009.
- MAGALHÃES, C. M. Não há Segunda Tela sem a Primeira: 10 razões porque a TV não vai desaparecer. (LABCOM, Ed.) Estudos em Comunicação, pp. 249-276, 2014.
- MARTELLI, F. C., & KERBAUY, M. M. TV Universitária, um modelo em construção entre o público e o privado. Revista ABTU, pp. 15-18, 2013.
- MILANEZ, L. TVE: cenas de uma história. Rio de Janeiro: ACERP, 2007
- Ministério da Cultura. I Fórum Nacional de TV's Públicas: Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.
- MINTZBERG, H., AHLSTRAND, B., & LAMPEL, J. Safari de estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico. Porto Alegre/RS: Bookman, 2000.
- MOURA, Fernando. Nova versão da Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária. Revista SET. ed.133, pag.76 . disponível em <http://set6.tempsite.ws/artigos/ed133/pg76.pdf>
- NAEB. National Association of Educational Broadcasters. 2017. <http://www.lib.umd.edu/NPBA/subinfo/naeb.html>
- NOWISCK, G. S. A divulgação da arte paranaense: análise da abertura do programa Caldo de Cultura do UFPR TV. Revista ABTU, pp. 38-43, 2015.
- RAMALHO, A. Mapa da TV universitária brasileira: versão 3.0. Viçosa, MG: Anadarco, 2011.
- SANTOS, V. M., & SERAFIM, C. P. A experiência do Circuito Universitário da TV Universitária de Uberlândia-MG. Revista ABTU, pp. 19-26, 2016.
- SEDASSARE, H. L. Os desafios da TV UNAERP de Ribeirão Preto para o Mundo. Revista ABTU, pp. 17-20, 2014.
- TORRES, A. D., & MAGALHÃES, C. M. (1 de out de 2016). A gestão do conhecimento como ferramenta para televisão universitária. Revista ABTU, pp. 6-12, 2016.
- TORRES, J. C. Televisão pública. Porto Alegre: Editora Evangraf, 2007.
- VALE, G. M. Empreendedor: origens, concepções Teóricas, Dispersão e Integração. RAC Revista da Administração Contemporânea, 18(6), pp. 874-891. Acesso em 11 de março de 2017, disponível em <http://www.scielo.br/pdf/rac/v18n6/1982-7849-rac-18-6-0874.pdf>, 2014.
- VALENTE. Sistema público de comunicação do Brasil. Em Intervenções, Sistema Público de Comunicação do Brasil: experiências de doze países e o caso brasileiro (pp. 268-319). São Paulo: Paulus, Intervenções, 2009.
- WAINER, J. Processos de criação e gestão de uma TV Universitária. Revista ABTU, pp. 7-13, 2014.
- WAINER, J. Os desafios de um concurso de projetos audiovisuais universitários. Revista ABTU, pp. 49-51, 2016.
- WANG, Xi Wang e DONG, Haining. The Application of Media Asset Management System in Television Program Operation. 2nd International Conference on Teaching and Computational Science (ICTCS 2014). Disponível em www.atlantis-press.com/php/download_paper.php?id=13283 . acessado em 23/10/2017
- WHO IS HOSTING THIS.COM . A Short History of FTP with Resources. Londres. acessado em 26/10/2017 . disponível em <https://www.whoishostingthis.com/resources/ftp/>

Um cenário em constante mudança: o exercício diário das TVs Universitárias da Rede Prosa

Marcus Staudt¹

Resumo

O artigo busca inicialmente expor as características das TVs Públicas no Brasil priorizando o trabalho executado pelas TVs Universitárias e as dificuldades de se atuar em um contexto de constante mudança no espaço acadêmico e de formação de futuros profissionais. A partir disto, teóricos contextualizam a evolução do meio até chegar ao momento atual de ações construídas em conjunto - em rede, como forma de colaboração e cooperação no sentido de sustentação das emissoras Universitárias. Conclui-se que cresce a necessidade e a importância de se ter a visão do diálogo e de ações pensadas, sendo executadas de maneira colaborativa e que se traduzam em redução de custos para as emissoras e ampliação de conteúdos, auxiliando no fazer diário das TVs Universitárias e consequentemente, dando um leque maior de opções para os telespectadores.

Palavras-Chave: TV Universitária. TV Pública. Rede.

Abstract:

The article aims to show the characteristics of public TVs in Brazil, prioritizing the work done by university TVs and the difficulties encountered when working in a context that is constantly changing in the academic area and in the training of future professionals. From this, theorists contextualize the evolution of the area until the present moment in the areas built together - in a network, as a way of collaboration and cooperation, in the sense to support the university stations. It is concluded that the necessity and importance of having a vision of dialogue and actions planned out is in growth, being implemented in a collaborative way and that translates into the reduction of costs for the stations and the enlargement of content, helping in the daily making of university TVs and consequently, giving the viewers a greater range of options.

Keywords: University TV, Public TV, Network

1 INTRODUÇÃO

Desde seu princípio a TV Pública no Brasil passa por constantes alterações na forma de existir, promover conteúdos e formar novos profissionais para o mercado de trabalho da área audiovisual. Imerso neste paradigma estão as TVs Universitárias, que em sua essência carregam duas características pontuais e que as diferenciam de uma emissora comercial, pois tem em seu cerne a preocupação com a formação do novo profissional que após diplomado necessitará atuar na área, e, não obstante, com a necessidade de se manter e estimular a qualidade dos conteúdos produzidos para se garantir a audiência, que por sua vez, irá assegurar o sentido do canal em ter uma grade de programação que capte telespectadores e consiga mantê-los sintonizados.

Cabe ainda, ao pensar em emissoras educativas, ter em linha de pensamento que estes canais se tornam seletos espaços para divulgação e de visibilidade da própria chancela da Instituição à qual a TV pertence, permitindo a cada exibição de uma janela na grade de programação abrir uma lacuna de possibilidades para ações e conteúdo do próprio ambiente acadêmico, assim como para a sua marca.

Ao observar-se as emissoras pertencentes as Instituições de Ensino Superior

(IES) no Brasil, pode-se sugerir que estas atividades elencadas são em suma uma realidade constante e que ao enfrentar novos desafios como a implantação da TV Digital no país, somadas as dificuldades vividas pelas IES em razão de questões financeiras, decorrentes de uma crise estrutural do Brasil, tornam o papel das TVs Universitárias cada vez mais tortuoso e delicado. Por este motivo, que espaços de dialogismo devem emergir dos meios televisivos possibilitando novos formatos de trabalhos diminuindo assim custos, promovendo a pluralidade de conteúdos e alavancando novamente as emissoras educativas.

Entre os exemplos vistos pelo país, um dos projetos pioneiros, tendo em sua essência o dialogismo e a cooperação regional entre emissoras universitárias, encontra-se a Rede Prosa, que é a Rede de TVs e Rádios pertencentes às Instituições Comunitárias de Ensino Superior (ICES), ligadas ao Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (COMUNG). Uma estrutura que tem atualmente, 13 ICES parceiras e que se retroalimentam de conteúdos produzidos em conjunto. Até o ano de 2017 já foram cerca de 130 matérias criadas de forma colaborativa em formatos de série, possibilitando estofo na grade de

programação das emissoras educativas e redução de custos em função da carga de conteúdos recebidos das outras ICES, auxiliando, inclusive, na questão financeira dos canais.

2 ELAS COMEÇARAM, NÃO QUEREM E NÃO VÃO PARAR

Tendo em vista a função dos canais universitários de formar e capacitar alunos dos cursos superiores ligados a Comunicação Social e das áreas afins, levando em consideração a qualidade do produto final que é um dos fatores fundamentais para o interesse e fidelização do telespectador, este paradigma torna-se um dos desafios das emissoras Universitárias e que irá guiá-las desde seu princípio até os dias atuais. Para se discutir o conceito e a temática da TV Universitária, é necessário registrar o fato de que, "a TV Universitária tem como característica a segmentação e a regionalização", como destaca Torves (2007, p. 98), e também considerar as questões que permeiam a legislação no Brasil.

“A Lei 8.977 de 6 de janeiro de 1995, a (Lei da Televisão a Cabo), possibilitou a implantação de novos modelos de tv. É o caso da TV Universitária, localizada nos ca-

¹ Mestre em Ambiente e Desenvolvimento (PPGAD) pela Universidade Univates (UNIVATES) e graduado em Jornalismo pela Universidade Univates (UNIVATES). Editor-Chefe da TV Univates. Coordenador da Rede de TVs e Rádios pertencentes às Instituições Comunitárias de Ensino Superior do Rio Grande do Sul (Rede Prosa). Diretor-técnico da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU). E-mail: mstaudt@univates.br

nais básicos de utilização gratuita, previsto para as Universidades e Instituições de Ensino Superior, junto com as organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores, Assembleias Legislativas dos Estados, Câmara de Deputados e Senado Federal, mais os canais comerciais e de serviços (BRITTOS, 2001, p.167 apud TORVES, 2007, p.98).

Outro aspecto para ser salientado e elencado, são as características dispostas para os canais universitários, algo que foi desenhado há muitos anos, na década de 90 e é discutida até hoje, isto, em razão de pontos dispostos na função das emissoras e nas suas grades de programação.

“É privada por ser mantida por Universidades e por Instituições de Ensino Superior, ao mesmo tempo deve operar com espírito público – é proibida de comercializar a sua programação e não concorre com as tevês educativas, mas não se presta a ser tele-aula. Atualmente, é muito voltada para a academia, mas já há um esforço da recém criada Associação Brasileira das TVs Universitárias – ABTU – para que este modelo de TV seja um canal importante de aproximação da Universidade com a sociedade, transmitindo conhecimento e atualizando o cidadão sobre as pesquisas que são desenvolvidas na academia. Também, há projetos de desenvolvimento de programação no sentido de oferecer ao público noticiário, entretenimento, lazer e debates críticos sobre temas que interessam à sociedade e que não são privilegiados pelas emissoras comerciais, que seguem a lógica do mercado ou do poder político. Deve manter os princípios da ética e da qualidade assim como o compromisso de elevar o nível sócioeconômico, educativo e cultural dos cidadãos (TORVES, 2007, p.98-99).

Pena (2005, p. 207) ressalta as propriedades das emissoras universitárias:

“[...] construir-se como lugar ideal para experimentação. O que também significa ser o lugar ideal para uma rediscussão ética e estética do veículo, que, em última análise, possibilite uma participação democrática da sociedade e promova a cidadania.

Porém, mesmo levando em consideração a questão de que as emissoras universitárias prezam por ofertar ao seu

telespectador programas em formatos como noticiários, entretenimento, lazer e debates com enfoque que não privilegiam os interesses das emissoras comerciais, é fundamental que haja a profissionalização destas TVs e se pense nas maneiras de subsidiar os projetos.

“O segmento de TV Universitária tende a crescer, mas para isso é necessário um trabalho institucional intenso e constante das TVs Universitárias junto às comunidades acadêmicas e reitorias. Tal esforço visa a sua profissionalização em todos os setores, mas principalmente com ênfase na sua sustentabilidade financeira. (MAGALHÃES, 2011, p. 23).

Torves (2007, p.12), sintetiza o conceito de TV Pública como: “É chamada de pública quando não sofre ingerência governamental, tem compromissos com o interesse público e não depende de verbas publicitárias do mercado”. Outro autor, Rincón (2002, p.28) vai ressaltar ainda mais o conceito da televisão pública,

“[...] essa outra televisão chamada “pública”: a que privilegia o caráter público desse meio para superar a sua visão comercial e ganhar sua densidade como cidadã; a que nos relata como nos tornamos coletivo social. Esse interesse situa-se na relevância social, cultural e política que se atribui em nossa sociedade ao caráter “público” do serviço de televisão. [...] A televisão entra nas Nações Unidas como preocupação política. Em 1995, a Assembleia Geral da ONU declarou o dia 21 de novembro o dia Mundial da Televisão. Dessa forma, esse meio chegou à agenda institucional do que é prioritário para o desenvolvimento, a paz e a democracia.

Porém, Rincón (2002), vai colocar em cheque a funcionalidade das tevês públicas ao escrever sobre a questão produtiva das emissoras.

“A função educativa e cultural da televisão é questionada, uma vez que não são nem os conteúdos, nem os políticos, nem os acadêmicos, os que decidem o que é educativo. Ao contrário, começa-se a projetar programas a partir das necessidades e expectativas dos públicos. (RINCÓN, 2002, p.29)

Ainda segundo Rincón (2002, p.30), “a televisão se torna, então, um tema prioritário da agenda social e política”. Por isso é confeccionado um documento com regimentos para o segmento,

intitulado: Televisão Pública - Do consumidor ao cidadão, “na Colômbia, Jesús Martín-Barbero, Germán Rey e Omar Rincón escrevem uma declaração de princípios que imagina uma televisão pública, cultural e de qualidade”.

“A televisão pública interpela o cidadão, enquanto que a televisão comercial fala ao consumidor; A televisão pública deve ser o cenário do diálogo nacional intercultural; A televisão pública deve promover o universal, que não passa pelo comercial; A televisão pública deve deixar de se programar como uma sequência linear e curricular da escola, para ganhar o processo e o fluxo próprios das narrativas audiovisuais; A televisão pública deve fazer programas de grande impacto, que se tornem fatos sociais e mereçam ser repri-sados; A televisão pública deve recuperar os aspectos prazerosos, divertido, significativo, sedutor, e afetivo que promovem a televisão, a cultura e a educação; A televisão pública deve ampliar as possibilidades simbólicas de representação, de reconhecimento e de visibilidade para a construção da cidadania, da sociedade civil e da democracia; A televisão pública deve ser uma experiência cultural em si mesma, porque promove expressão, sensibilidades e sentidos; A televisão pública deve formar os telespectadores tanto no âmbito da leitura críticas das imagens como no do controle cidadão sobre as mensagens audiovisuais que são exibidas em toda a televisão; A televisão pública deve se programar e se produzir por meio de um chamado público, através de processos de alocação de espaços transparentes e participativos, coerentes com as políticas culturais de comunicação e educação de cada país, e baseados no mérito dos realizadores e produtores. (RINCÓN, 2002, p.30)

No Brasil, Magalhães (2011, p.5) relata a questão de que todas as emissoras, independente da sua classificação, necessitam de verbas para manter a sua estrutura: “As emissoras necessitam de sustentabilidade financeira como qualquer projeto – vem da convicção de que o dinheiro ‘suja’ as puras convicções da TV Pública”. As TVs universitárias por sua vez, fazem parte desta gama de projetos considerados TVs públicas e, conseqüentemente, precisam de verbas para permanecer no ar. O mesmo autor ainda completa com o seguinte pensamento: “[...] TV Pública – segmento em que as TVs Universitárias orgulhosamente se

incluíram a partir do I Fórum Nacional de TVs Públicas em 2007”.

Outro aspecto a ser avaliado em um canal universitário e que vai compor esse cenário de desafios é a liberdade que o veículo tem para construir seus programas e produtos audiovisuais, como salienta Pena (2005, p.208): “A autonomia da instituição é pilar fundamental da estrutura. [...] cada instituição tem total responsabilidade sobre suas produções”.

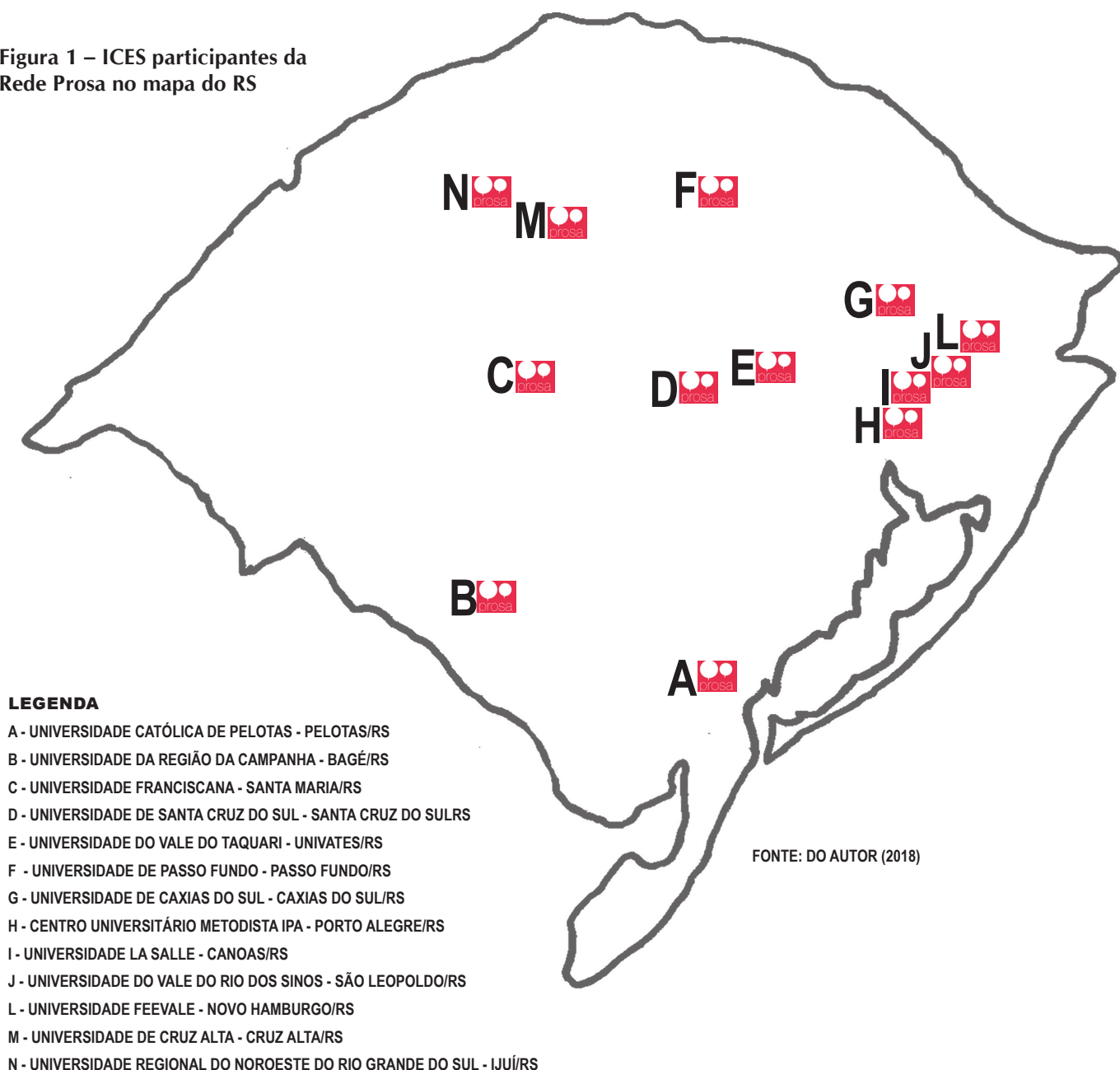
“No inciso I do artigo 3º do Estatuto da UTV está registrado que o canal deve veicular programas de natureza artística, informativa,

cultural, esportiva e recreativa. As faixas temáticas na grade de programação também viabilizam essa pluralidade. (PENA, 2005, p. 208).”

Mas quando se fala em novas possibilidades e formas de agregar valores, outra vantagem que os canais universitários têm diante das suas opções de programação são as visões diferentes do mesmo ângulo, “cada instituição de ensino tem uma leitura própria sobre os meios mais adequados para a promoção e a cidadania, o que possibilita a difusão de diversas visões sobre o tema”, explica Pena (2005, p.208). O que corrobora com a proposta de trabalhos

em rede regionalizadas como no case da Rede Prosa, onde a multiplicação de visões sobre o mesmo tema e distribuídos em diferentes emissoras de cidades distintas do Rio Grande do Sul, torna as grades de programação ricas em diversificação e também ampliam o pensamento crítico dos telespectadores, que por sua vez, tem não só mais um, mas diversos pontos de vista de um mesmo assunto já que foram produzidas 16 séries em formato colaborativo com temas que passam pautas comunitárias, socioculturais, educativas, de esporte e cidadania, entretenimento, tecnológicos-científicos, entre tantos outros.

Figura 1 – ICES participantes da Rede Prosa no mapa do RS



Magalhães (2011, p.23), ainda destaca o momento que passam as TVs Universitárias e analisa as possíveis chances de crescimento do segmento, isto, devido ao número de canais comerciais não aumentarem de forma significativa no país, o maior interesse pelos assuntos do campo público e a possibilidade de abertura do leque criativo audiovisual, com novos produtos e consequentemente, novos modelos de negócios que as emissoras universitárias, legislativas, comunitárias e educativas podem oferecer.

Contudo, ao se iniciar o processo de implantação da TV Digital no Brasil, somada a crise estrutural-financeira do país, os canais das IES tornam-se fragilizadas por um período conturbado em que passam pelo antagonismo de ao mesmo tempo, terem mantenedoras com baixos recursos orçamentários para investimentos e concomitantemente a este fato, terem a necessidade de readequação de parte de equipamentos para exibição de suas grades de programação. Isto, fatalmente, lhes dá uma condição delicada de operacionalidade. Magalhães (2011, p.5), antes do processo de digitalização, já relatava a questão de que todas as emissoras, independente da sua classificação, necessitam de verbas para manter as suas estruturas.

“A televisão “gratuita” mantida pelos anunciantes ainda desloca prioridades e incentivos de mercado para longe do interesse do telespectador. O cliente não é mais o telespectador; é o anunciante. (WELLS, 2006, p. 115 apud ROTHBERG, 2011, p.2)”

Cabe a ressalva que são em épocas de crises que se fazem fundamentais as alternativas para se superar o período de ônus, por isto, surgem experiências de redes regionais que ganham força e sustentam esperanças de a partir do apoio, da cooperação e da colaboração, recriarem-se possibilidades de superação de fases turbulentas como as atuais.

Assim, em meados de junho de 2011 emerge uma nova proposta de trabalho colaborativo, norteador pela cooperação e que busca em sua essência a integração das emissoras universitárias comunitárias gaúchas. A ideia concretizada em novembro de 2012 institui uma nova rede, que surge da vontade de se fomentar novos conteúdos e de se criar um elo representativo. Dessa coletividade emana a Rede Prosa. E, como toda nova proposta, inicialmente ela surge em uma conversa, e por se tratar de um bate-papo típico Gaúcho, em uma dita: prosa. (STAUDT e KIRST, 2017, pg. 2-3)

Então (Staudt e Kirst, 2017), afirmam que a experiência vivida no Rio Grande do Sul, na Rede Prosa, “tem como meta continuar o trabalho de aproximação das emissoras universitárias no estado e fomentar o desenvolvimento em conjunto”. A iniciativa da construção em rede com um caráter regional torna-se fundamental para todos que estão de uma forma direta ou indireta ligados ao que se produz, ou seja, os veículos de comunicação institucionais são excelentes possibilidades de projeção para suas próprias instituições, potencial já tem, precisam ser lapidados com base no dialogismo entre as IES.

“Logo, esses mesmos veículos ainda se tornam capazes de disponibilizar a todos os públicos envolvidos informações de seu interesse, bem como cumprirem seu papel de catalisadores de debates e transformações sociais, com um olhar local e envolvimento global. Tendo em vista a função dos veículos universitários de formar e capacitar alunos levando em consideração a qualidade do produto final que é um dos fatores fundamentais para o interesse e fidelização do público. (STAUDT e KIRST, 2017)”

Mesmo que em caráter experimental, atuações em redes ditas menores, por atuarem em campos geográficos regionais, demonstram que o fator regionalização torna-se um potencializador para a sustentabilidade das emissoras, afirmam (Staudt e Kirst, 2017), “a busca por recursos próprios oriundos da rede mostra-se algo extremamente viável pelo potencial que possuem e pelas chancelas que representam em um movimento coeso e, principalmente, por terem fortes influências comunitárias onde estão inseridas”.

“Essa rede é uma espécie de mecanismo, o meio, para transformar os veículos universitários. Somam-se forças para disseminar a informação e moldar o comunicador além de trazer conteúdo diversificado culturalmente para a sociedade e projetar, mesmo que a longo prazo, uma sustentabilidade financeira para as emissoras de TVs e rádios do COMUNG. (STAUDT e KIRST, 2017)”

E é neste contexto de cooperação que hoje sustentam-se projetos que deslumbrem a consolidação de longo prazo, pois em um ambiente de crise as possibilidades de pilares tanto para produção de conteúdo, como troca de informações, capacitação em conjunto, estofo para grades de programação, entre outros, permeiam-se como vantagem no trabalho de colaboração entre as emissoras Universitárias para dar a sustentação necessária

para superar estes períodos conturbados estruturais-financeiros.

3 TRUNFO: A COLABORAÇÃO

Para haver sustentabilidade, exige-se a cooperação. Em quaisquer processos das emissoras Universitárias, seja desde a produção de conteúdos, distribuição ou até mesmo a gestão dos canais, se faz necessário um trabalho em rede, de cunho dialógico. Esta é uma das únicas alternativas em períodos de crise para se conseguir continuar atuando e explorando conteúdos diversificados.

Neste artigo após a contextualização da televisão pública, pegando como foco norteador as TVs Universitárias, pode-se perceber a importância de atividades realizadas em rede, como é o exemplo da Rede Prosa no Rio Grande do Sul. Um espaço de troca de conteúdos e experiências para valorização das emissoras, dos produtores de conteúdos e estudantes, como também da diversificação de temas para o telespectador.

Evidentemente que quando neste artigo cita-se: sustentabilidade, torna-se praticamente um termo utópico se não estiver associado na totalidade ao seu efeito de construir independência financeira, algo improvável de ser pensado atualmente para o ambiente das TVs Universitárias, no entanto, é importante se ter a visão e a certeza de que com o uso do diálogo e de ações pensadas e executadas de maneira colaborativa, é possível, ao menos inicialmente, conseguir reduzir custos e a ampliação de conteúdo, auxiliando no fazer diário das emissoras.

O grande ponto a ser analisado de forma crítica é a compreensão e a tentativa de criar pontos de convergência para conseguir se atuar com os mesmos propósitos nas diferentes IES, já que cada Instituição possui diferentes formas de abordar e executar seu planejamento.

Neste contexto, torna-se fundamental que os responsáveis pelo desenvolvimento das emissoras trabalhem em prol destes elos, fazendo com que cada vez mais as IES e consequentemente, as TVs Universitárias, se conscientizem desta realidade. Este processo tornará possível as trocas mútuas entre as emissoras com um único propósito, a busca pela projeção destes canais com o seu desenvolvimento em um caminho que opere para a sustentabilidade não só financeira mais também estrutural do segmento.

REFERÊNCIAS:

CONSÓRCIO DAS UNIVERSIDADES COMUNITÁRIAS GAÚCHAS (COMUNG). **Sobre o COMUNG**. Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: <<http://www.comung.org.br/sobre/exibir/comung>>. Acesso em: 04 abr. 2018.

BRASIL. **Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8977.htm>. Acesso em: 04 abr. 2018.

_____. **Lei nº 12.881, de 12 de novembro de 2013. Dispõe sobre a definição, qualificação, prerrogativas e finalidades das Instituições Comunitárias de Educação Superior - ICES, disciplina o Termo de Parceria e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm>. Acesso em: 04 abr. 2018.

MAGALHÃES, Cláudio M. **TV Universitária e sustentabilidade**. São Paulo: Anadarco Editora, ABTU, 2011.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

STAUDT, Marcus. KIRST, Sandro. Rede prosa: uma experimentação colaborativa de TVs e rádios das ICES. **Revista ABTU - TV Universitária + TV Pública**, Fortaleza: Unifor, v.4 - ISSN: 2318-4566, p.47-51, 2017.

RINCÓN, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación, 2002.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público: informação, cidadania e televisão**. São Paulo: Unesp, 2011.

TORVES, José Carlos. **Televisão pública**. Porto Alegre: Evangraf LTDA, 2007.

Veredas de um programa ambiental no contexto do jornalismo público para televisão

Adriano Medeiros da Rocha¹

Resumo

A proposta deste artigo é promover mecanismos reflexivos a respeito do caminho desenvolvido pela equipe da TV UFOP na constituição do mais novo programa da emissora. Embrionado dentro de uma TV pública, de vertente educativa, Veredas pretende contribuir para os processos de educação ambiental, ecoturismo e para o desenvolvimento sustentável da região dos Inconfidentes, em Minas Gerais. Dessa maneira, conceitos próprios do jornalismo ambiental e da TV pública serão apresentados como elementos teóricos fundamentais na elaboração deste produto televisivo e desta pesquisa, que pretende também apresentar as principais características construtoras e de linguagem utilizadas para a criação deste programa televisivo.

Palavras-chave: Educação ambiental; jornalismo ambiental; TV pública; TV UFOP

Abstract

The purpose of this article is to promote reflective mechanisms regarding the path developed by the TV UFOP team in the constitution of the new program of the broadcaster. Embedded in a public TV, educational side, Veredas intends to contribute to the processes of environmental education, ecotourism and for the sustainable development of the region of the Inconfidentes, in Minas Gerais. In this way, concepts specific to environmental journalism and public TV will be presented as fundamental theoretical elements in the elaboration of this television product and this research, which also intends to present the main constructive and language characteristics used for the creation of this television program.

Keywords: Environmental education; environmental journalism; Public TV; TV UFOP

Introdução

De acordo com a pesquisadora Macri Elaine Colombo (2010), o jornalismo ambiental se caracteriza como um tipo de jornalismo especializado que tem como base os fatos relacionados ao meio ambiente, à fauna, à flora, à ecologia, e à natureza de forma geral. Em uma visão abrangente, trata de temáticas ligadas à sustentabilidade e à biodiversidade. Promovendo um diálogo conceitual com Colombo, Wilson da Costa Bueno (2008) defende que é preciso diferenciar o jornalismo ambiental da comunicação ambiental, a partir de suas respectivas amplitudes.

“A Comunicação Ambiental não tem um compromisso com a atualidade e muito menos com um formato particular. (...) A comunicação ambiental não pressupõe, em geral, periodicidade para seus produtos ou ações, mas esse atributo é fundamental para o jornalismo ambiental. (...) A Comunicação Ambiental é realizada por qualquer profissional, seja ele jornalista, biólogo, agrônomo, advogado, pescador ou indígena. O jornalismo ambiental é reduto de profissionais de imprensa que tem se organizado para qualificar a informação e incrementar o debate ambiental. (COSTA BUENO in GIRARDI; SCHWAAB, 2008, p. 106 e 107)”

Macri Elaine Colombo contextualiza que a primeira entidade de jornalismo ambiental do mundo teria surgido na França, em momento próximo da realização da Conferência da Biosfera naquele país, em 1968. No mesmo ano teria eclodido também o trabalho do primeiro jornalista brasileiro especialista em meio ambiente, Randau Marques. Tanto no exterior como no Brasil, o jornalismo ambiental começou a se fortalecer a partir dos anos 80, influenciado pela descoberta do buraco na camada de ozônio e também pela reflexão a respeito do impacto das atividades humanas enquanto catalisadoras do aumento no aquecimento global.

Colombo alega que, mesmo nos dias atuais, boa parte das coberturas ambientais fica restrita às “ecotragédias”, como, por exemplo, a morte da missionária americana da Pastoral da Terra, Dorothy Stang, no Pará, ou, mais recente, o crime ambiental demarcado pelo rompimento da barragem da Samarco, no distrito de Bento Rodrigues, em Mariana. Dialogando com Colombo, o jornalista e biólogo Eduardo Geraque (2004) afirma que nem sempre os bastidores do cotidiano ambiental, as verdadeiras causas, ou ainda as reais consequências das tragédias/crimes na área são conhecidos do grande público. Para ele, exemplos como os citados acima, que ganharam enorme repercussão e desdobramentos na mídia, seriam considerados exceções.

“A mídia, por uma série de problemas que vão desde a infra-estrutura, recursos humanos ou boa vontade filosófica, prefere ficar de fora. Prefere olhar o problema de longe. E olha, mas ainda assim não enxerga. (...) Não significa que faltam profissionais interessados ou preparados para discutir e abordar a biodiversidade em toda a sua complexidade. O que ocorre é que os bons profissionais não encontram eco dentro nem fora de seu ambiente de trabalho (GERAQUE in VILAS BOAS, 2004, p. 93)”

Geraque defende que o modelo a ser buscado na cobertura jornalística de meio ambiente é aquele que abre espaço para os aspectos sociais e culturais do cotidiano, e não apenas para a vertente política-econômica. Neste sentido, a imprensa teria o papel tanto de informar, como também de fiscalizar e cobrar das várias formas de poder um novo posicionamento sobre o meio ambiente.

“As reportagens jornalísticas sobre preservação da biodiversidade costumam colocar bandidos de um lado e mocinhos do outro. Se preservarmos, diz-se, a pobreza irá se alastrar. Mas o que vemos, na prática, foge totalmente dessa dualidade. O meio ambiente é

¹ Doutor em Artes/cinema pela Escola de Belas Artes da Universidade Federal de Minas Gerais e Universitat Autònoma de Barcelona. Professor do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto. E-mail: adrianomedeiros.ufop@gmail.com

destruído, bem como a biodiversidade dos mares e das florestas. Ao mesmo tempo, a pobreza aumente e a renda se concentra ainda mais. (...) Nesse novo modelo proposto deve haver também o incentivo à oxigenação nas formas de expressão, talvez resgatando as grandes reportagens literárias, em estilo dinâmico e refinado, desde que a “arte” não comprometa a acessibilidade. (GERAQUE in VILAS BOAS, 2004, p. 93)”

Na opinião do pesquisador André Azevedo da Fonseca (2004), o papel do jornalismo ambiental não pode se restringir à repetição de procedimentos a respeito da educação ambiental que já são conhecidos pelos cidadãos. Ele deve contribuir na difusão de informações para que a sociedade possa conhecer os problemas nos quais está inserida ambientalmente e buscar soluções para os mesmos.

“Jornalistas devem ter o bom senso de poupar o leitor de lugares comuns. A profusão de trivialidades e o raciocínio tautológico – aquele vício de linguagem que consiste em dizer sempre a mesma coisa, por formas diferentes – provavelmente são a grande deficiência em coberturas de questões ambientais. Com frequência repórteres e editorialistas gastam laudas intermináveis para jorrar as mesmas cachoeiras verborrágicas de sempre, sob o nobre pretexto de denunciar a poluição, o desperdício, a contaminação das águas e outras desgraças apocalípticas, terminando por concluir com o mais raso dos clichês. (FONSECA in VILAS BOAS, 2004, p. 146)”

Fonseca acredita que um dos maiores equívocos dos jornalistas que fazem cobertura ambiental é a vergonha de perguntar. Seria o receio de admitir sua falta de conhecimento a respeito do assunto e a intimidação diante dos especialistas. Ele ressalta que as editorias ambientais nem sempre podem contar com jornalistas especializados na área.

Vilmar Sidnei Demamam Berna (2008) – jornalista ambiental que recebeu, em 1999, no Japão, o Prêmio Global 500 da ONU Para o Meio Ambiente – acredita que somente informar sobre a questão ambiental não é suficiente. Ele argumenta que a simples veiculação de informação ambiental desassociada de um compromisso com a cidadania crítica e participativa, ao contrário de contribuir em uma revisão de valores, pode suscitar o aumento da velocidade ou da quantidade dos diversos tipos de saque aos recursos naturais de nosso planeta. Para o autor, a crise ambiental vivida mundialmente não será finalizada

apenas com o uso da ciência e da tecnologia limpa ou ainda por intermédio dos procedimentos de difusão da informação próprios da educação ambiental.

“Certo que não, porque por detrás da crise não há ausência de ciência de tecnologia, de informação ou de educação ambiental, mas, antes, uma estrutura de apropriação de recursos e de acumulação de riquezas que irá perdurar independente se a tecnologia é suja ou limpa, se existe ou não democratização da informação ou da educação ambiental. Entretanto, se a ciência e a tecnologia, a informação e a educação ambiental, por si só, não são capazes de solucionar os problemas provocados pela crise ambiental, sem elas é que a sociedade não terá a menor chance de sair dessa crise. (BERNA in GIRARDI; SCHWAAB, 2008, p. 95)”

Costa Bueno (2008) afirma que o saber ambiental deve estar umbilicalmente ligado ao pluralismo e à diversidade, potencializando o diálogo entre o cateadrático e o pescador, entre o agrônomo e o trabalhador rural, não estigmatizando qualquer tipo de sabedoria. Assim, todos e qualquer um de nós podemos e devemos ser fontes para este tipo de jornalismo, cuja missão principal será o compartilhamento de visões, experiências e conhecimentos que possibilitem melhorar e harmonizar as relações entre homem e natureza. O autor defende que o jornalismo ambiental deve construir seu próprio “ethos”, incorporando uma visão inter e multidisciplinar que extrapole os limites do jornalismo científico, das editorias e dos cadernos especiais, e que não se confunda, em nenhuma hipótese, com o jornalismo econômico. Assim,

“O Jornalismo Ambiental deve propor-se política, social e culturalmente engajado, porque só desta forma conseguirá encontrar forças para resistir às investidas e pressões de governos, empresas e até universidades e institutos de pesquisa, muitos deles patrocinados ou reféns dos grandes interesses.

O Jornalismo Ambiental não pode comprometer-se com a isenção porque participa de um jogo amplo (e nada limpo) de interesses. Não deve admitir-se utópico porque é fundado na realidade concreta, na luta pela qualidade do solo, do ar, da água, da vida enfim. (COSTA BUENO in GIRARDI; SCHWAAB, 2008, p.95)”

Caminhando pelo conceito de TV pública na constituição da TV UFOP

Atualmente, sabemos que a delimitação do que é televisão pública pode se apresentar de muitas formas e em diferentes contextos. Mesmo pensando que não há uma definição capaz de abranger a diversidade de modelos desse tipo de TV, o documento “Indicadores de qualidade nas emissoras públicas – uma avaliação contemporânea” aponta algumas características comuns quanto ao funcionamento de uma emissora pública, sob o ponto de vista normativo:

“1) independência editorial e financeira; 2) autonomia dos órgãos de governança; 3) pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; 4) claro mandato de serviço público, estabelecido em documentos legais pertinentes; 5) prestação de contas (accountability) junto ao público e junto aos órgãos reguladores independentes. (BUCCI; CHIARETTI; FIORINI, 2012, p. 9).”

Dialogando com este ideal, Omar Rincón (2002) defende que as emissoras públicas devem ser espaço para a expressão e a representação do cidadão comum. Assim, entre as missões desse tipo de TV estaria a inovação, ou seja, a criação de propostas alternativas, a formação de novos talentos, a geração de novas formas de pensar as identidades dentro do audiovisual.

“O ideal é projetar uma televisão humanista, que promova uma melhor compreensão entre todos e permita aos excluídos terem um controle sobre suas imagens públicas; que propicie novas formas de controle e de rede social, ao permitir às pessoas a possibilidade de criar e de contar suas próprias histórias; uma tela que possibilite imaginar novas audiências e novas consciências, sobretudo a partir dos atores sociais que se sentem abandonados pela tela comercial. (RINCÓN, 2002, p. 337).”

Amparada nessas premissas, em outubro de 2011, a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), através da Central de Comunicação Público-Educativa (CCPE), colocou no ar a TV UFOP: uma concessão dada à Fundação Educativa Ouro Preto (Feop), que apóia projetos da Instituição.

O embrião da TV UFOP foi o Centro de Produção e Pesquisa Audiovisual (CPPA), criado em 2006. Daquele ano até a concessão do canal aberto, foram desenvolvidas diversas pesquisas de linguagem e conteúdo, o que originou parte dos produtos que começaram a ser veiculado por este veículo. Normalmente, os programas produzidos pelo canal possuem um longo

período de experimentação e pesquisa, o que proporciona maior imersão nas temáticas trabalhadas, bem como um grande potencial de criação a partir de desdobramentos/rompimentos com mecanismos típicos das mídias meramente comerciais.

Ao ganhar a transmissão aberta de seu sinal, a TV UFOP buscou estreitar seus laços com a comunidade local (Ouro Preto e Mariana). A responsabilidade do veículo também aumentou ao almejar/planejar a veiculação de produtos educativos que ultrapassassem os muros da Universidade. Conceitualmente, a TV UFOP foi idealizada enquanto uma televisão educativa e não apenas universitária. Neste sentido, a prioridade foi dar voz e vez aos atores sociais que precisavam deste espaço ou que, por algum motivo, ainda não se sentiam abrangidos pela Universidade Federal de Ouro Preto, enquanto espaço público de ensino, pesquisa e extensão.

A partir da formação de um público maior e mais diverso, houve a necessidade de a equipe aprofundar suas pesquisas e conhecimentos em novas sub-áreas dentro do contexto audiovisual e dos mecanismos de recepção, no intuito de atender a diferentes demandas da nova comunidade que passou a ser abrangida pelo sinal de televisão. Em função de dificuldades de ordem técnica, por muitas vezes o sinal da transmissão aberta se tornou intermitente, especialmente em bairros/regiões mais distantes do transmissor. Com a chegada das graves restrições orçamentárias para as universidades públicas, entre 2014 e 2017, essa situação se agravou ainda mais.

A TV UFOP é transmitida através do canal 31 UHF, com abertura de programação diária de até 70 minutos. Normalmente, a entrada dessa programação tem início às 19h e vai até as 19h30min, com reprises de programas entre as 12h e 12h30 min. Todo o período restante é utilizado para a transmissão dos programas do Canal Futura, que é parceiro da TV UFOP desde o seu lançamento.

Parte da grade de programação é preenchida com o telejornal Plano Aberto, produzido pelo Núcleo de Jornalismo, sob a coordenação do jornalista Vitor Secchin e uma equipe de funcionários terceirizados e estudantes bolsistas do curso de Jornalismo da UFOP. O telejornal Plano Aberto vai ao ar, de forma inédita, duas vezes por semana. Após a transmissão em UHF as edições do telejornal ficam disponíveis em um canal no Youtube (<https://www.youtube.com/cppaufop>) e possuem duração aproximada de 10 minutos.

De maneira diferente de boa parte dos telejornais das emissoras comerciais, no Plano Aberto é pouco comum o repórter aparecer dentro das reportagens. Nesse modelo construtor, a narrativa é elaborada a partir das vozes de diferentes personagens/entrevistados. Assim, cabe ao repórter construir uma locução – com o uso dos offs – que servirá de fio condutor entre os

demais elementos estruturantes. Boa parte dessas reportagens é construída dentro do formato documental.

É importante esclarecer que, durante a formação do conceito gerador da TV UFOP e da constituição de sua programação na área audiovisual, especialmente no telejornalismo, a reflexão sobre as práticas de construção da informação televisiva de mercado não foram deixadas de lado. Contudo, a partir do entendimento da função social da TV UFOP – enquanto uma TV educativa – houve a escolha de se buscar alternativas ao modelo meramente comercial de produção, de forma a complementar suas lacunas e aprofundar seu tratamento de conteúdo, promovendo também inovações narrativas e de perspectiva estética. Contudo, não se trata aqui apenas do entendimento de duas vertentes distanciadas e opostas, mas, em alguma medida, complementares.

Além do Plano Aberto, os outros espaços da grade de programação da TV UFOP são preenchidos pelo antigo Núcleo de Conteúdo – hoje denominado Núcleo de Criação, sob a coordenação da historiadora Fernanda Luiza Lima, com o apoio também de funcionários terceirizados e de alunos dos diversos cursos da UFOP. Os programas produzidos pelo Núcleo de Conteúdo estão no canal: <https://www.youtube.com/tvufop>.

A equipe do Núcleo de Criação da TV UFOP se caracteriza pela pluralidade de formação de seus membros. São profissionais e aprendizes de diversas áreas de conhecimento e formação, abrangendo artistas, atores, diretores, jornalistas, músicos, filósofos, publicitários, historiadores e designers gráficos. Tamanha variedade de profissionais e pesquisadores proporciona um diálogo frutífero, favorecendo a criação de programas diferenciados e de formatos que buscam o aspecto da inovação.

Atualmente, o retorno dos telespectadores ao conteúdo da TV UFOP é medido principalmente a partir das interações que eles promovem com o canal, por meio de e-mail, blog e redes sociais. Um dos grandes desafios em um futuro próximo será a digitalização da TV UFOP. Conforme o Ministério da Ciência, Tecnologias, Inovações e Comunicações (MCTIC), o desligamento do sinal analógico na região que abrange as cidades de Ouro Preto e Mariana vai ocorrer em julho de 2018.

Veredas: educação ambiental e ecoturismo a partir das diversas telas da TV UFOP

O conceito embrionário idealizado para o programa Veredas nasceu a partir de duas importantes vertentes e aproximações. A primeira delas se apropria da tradução do respectivo vocábulo enquanto caminhos – sempre utilizado no plural, com a finalidade de apontar múltiplas direções e sentidos, trajetos desconhecidos,

novas possibilidades... A segunda vertente propõe uma aproximação com ambientação interiorana, especialmente de Minas Gerais, retratada pela literatura do mestre Guimarães Rosa.

Veredas tem foco na educação ambiental, no ecoturismo, na aventura em meio à natureza e no desenvolvimento sustentável da região dos Inconfidentes. Essa perspectiva temática ganhou ainda mais força após o crime ambiental ocorrido com o rompimento da barragem de Fundão, sob responsabilidade da Samarco, no final do ano de 2015. A iniciativa do programa visa explicitar, a partir do audiovisual, as características e qualidades do meio ambiente, no intuito de colaborar com a preservação do mesmo.

“Meio ambiente é o complexo de relações, condições e influências que permitem a criação e sustentação da vida em todas as suas formas. Ele não se limita apenas ao chamado meio físico ou biológico (solo, clima, ar, flora, fauna, recursos hídricos, energia, nutrientes, etc.), mas inclui as interações sociais, a cultura e expressões/manifestações que garantem a sobrevivência da natureza humana. (COSTA BUENO in GIRARDI; SCHWAAB, 2008, p.107 e 108)”

Nas fases iniciais do projeto, a cada episódio, o telespectador conhece uma das trilhas encontradas nas cidades de Ouro Preto, Mariana, Ouro Branco e Itabirito. A condução do olhar do telespectador é promovida a partir do trabalho de documentarista/apresentador que faz o caminho da respectiva trilha, apresentando belezas naturais, paisagens exuberantes, curiosidades de relevo, vegetação, animais residentes no referido habitat, bem como as histórias, causos e lendas relativos ao mesmo espaço físico. Além do aspecto informativo, a apresentação também dá espaço para um tom intimista, pessoal e reflexivo deste agente comunicador.

Dentro do mecanismo construtor proposto, a polifonia é uma aliada. Cada edição do programa conta com a participação de consultores ambientais (como biólogos, geógrafos, historiadores), bem como com membros da própria população residente no entorno das referidas trilhas. O diálogo entre ambas as vozes dá o subsídio necessário para a construção de narrativas que propiciam a difusão de conhecimento ligado à natureza, a partir da junção de elementos próprios do saber acadêmico/científico, entrecruzados a concepções de um saber provindo da cultura popular.

A proposta estética do programa Veredas busca uma aproximação intrínseca com valores da linguagem cinematográfica. Cada edição é iniciada por um intenso trabalho de pré-produção. Neste sentido, o produtor do programa desenvolve am-

pla pesquisa do roteiro geográfico que será desenvolvido, suas particularidades, atrativos e complexidade. Tudo muito antes de a equipe principal ir a campo. A partir do material e das informações conseguidas é agendada uma primeira visita aos pontos principais da trilha relacionada. Cabe ao produtor e a um dos cinegrafistas este primeiro desbravamento. Na referida ocasião, os dois profissionais tem a oportunidade de identificar uma melhor rota para captação de material, bem como conhecem pontos ou atrativos que não tinham sido identificados na pesquisa prévia. Além disso, eles observam a variação de luz nos ambientes (referenciando o melhor horário de gravação em cada um deles); percebem a incidência/interferência de sons nos respectivos locais; verificam a necessidade de materiais diferenciados, como, por exemplo, um bote inflável, ou uma centena de metros de corda para uma descida de rapel; e, por fim, iniciam o processo de captação de imagens e sons. Esta última atividade é feita com a perspectiva descritiva – para dar uma visualização prévia ao restante da equipe – no intuito de apresentar características essenciais do trajeto a ser desenvolvido posteriormente.

A fotografia do programa é desenvolvida de forma sensível e cuidadosa, rica em detalhes e com muitas possibilidades de experimentação no momento de captação. Assim, de acordo com a necessidade de cada edição de Veredas, há a utilização de micro câmera (para evidenciar reações do documentarista/apresentador e também ângulos diferenciados e mais ousados). Normalmente, a captação é feita a partir da utilização de duas câmeras DSLR, em enquadramentos distintos. Uma delas se posiciona como câmera base, registrando a ação principal da narrativa, enquanto

uma segunda se preocupa mais com os detalhes, com aquilo que é pouco visível a um olhar menos atento, ao aspecto da subjetividade do registro. A captação das imagens aponta para uma mescla entre o registro estático, a partir do uso do tripé (para momentos contemplativos da natureza, entrevistas e belezas encontradas pelo caminho), e também o uso da câmera na mão do cinegrafista, para o registro dos instantes que sugiram ação e aventura. A câmera subjetiva do documentarista/apresentador também é utilizada para integrar ainda mais o espectador à experiência do referido agente. É uma tentativa de colocá-lo naquele espaço e naquela atividade.

A banda sonora também é trabalhada em suas sutilezas. O desenho de som foi pensado para dar espaço aos sons diegéticos da natureza, como pássaros, água corrente, rochas se deslocando, vento, entre tantos outros. Além disso, o áudio das falas dos entrevistados também é peça essencial para a construção deste conteúdo. Em Veredas há lugar garantido para os chamados tempos mortos, para os momentos do pensar, do respirar, do suspirar dos personagens e entrevistados. Um tempo típico das construções poéticas. A trilha musical original é utilizada, porém, respeitando o espaço dos sons originais dos caminhos apresentados e buscando neles a inspiração para sua construção.

A montagem possui um papel fundamental: dar variação rítmica precisa a esta mistura, que envolve um lado ligado ao sensível e à contemplação e, outro, que busca a dinamicidade, o movimento e a aventura. Assim, busca-se o entrelaçamento cuidadoso desses dois eixos, no intuito de despertar no telespectador sensações que promovam sua aproximação também com aquele espaço natural e suas infinitas

possibilidades. Há um grande desafio buscado na montagem de cada edição: deixar o programa com ritmo encadeado e dinâmico – para chamar atenção dos desafios e do próprio mecanismo de ação contidos nas trilhas e, em outra vertente, a promoção de desacelerações narrativas – para despertar um olhar mais atento para a natureza e para as pessoas que vivem naqueles referidos ambientes.

Da constituição do projeto à finalização do programa piloto originou-se uma gestação de longos nove meses. Contudo, o entusiasmo e a dedicação da equipe foram recompensados com um lançamento precursor da obra na antiga, histórica e inspiradora casa do poeta Tomás Antônio Gonzaga, em Ouro Preto. O lançamento aconteceu no dia 06 de junho, durante a semana de comemoração do Meio Ambiente e através da parceria com a Secretaria Municipal de Turismo, Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Feop. Com o anfiteatro lotado, a equipe exibiu o programa Veredas 01 e dialogou com os diversos agentes regionais ligados à educação ambiental e ao ecoturismo. Neste sentido, os telespectadores já podem se preparar para as novas aventuras no caminho da conscientização ambiental, a partir de Veredas. Inicialmente, a periodicidade do programa será bimensal e cada episódio, de 15 minutos de duração, irá retratar um trajeto diferente da rica natureza da região dos Inconfidentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

BERNA, Vilmar Sidnei Demamam. Desafios para a comunicação ambiental. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; SCHWAAB, Reges (orgs.). **Jornalismo ambiental: desafios e reflexões**. Porto Alegre: Dom Quixote, 2008.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos: revista da CEBRAP**, São Paulo, n. 88, p. 5-18, nov. 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002010000300001>. Acesso em: 20 jun. 2013

COLOMBO, Macri Elaine. Jornalismo ambiental: a sua história e conceito no contexto social. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 33, 2010, Caxias do Sul. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-2674-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2017.

COSTA BUENO, Wilson da. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. In: GIRARDI, Ilza Maria Tourinho; SCHWAAB, Reges (orgs.). **Jornalismo ambiental: desafios e reflexões**. Porto Alegre: Dom Quixote, 2008.

GERAQUE, Eduardo. Perceber a biodiversidade. In: VILAS BOAS, Sergio (org). **Formação & informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2004.

FONSECA, André Azevedo da. Água de uma fonte só. In: VILAS BOAS, Sergio (org). **Formação & informação ambiental: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2004.

RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.

REFERÊNCIAS AUDIOVISUAIS:

Universidade Federal de Ouro Preto. Boletim da TV UFOP: lançamento do programa Veredas. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=XLIIGTK7Rqo>>. Acesso em: 25 jun. 2017.

Universidade Federal de Ouro Preto. Telejornal Plano Alberto 08/06/2017. Disponível em:

<<https://www.youtube.com/watch?v=oeGjo2zqgPI&index=8&list=PL81G8sAzM8UE6waZYpHX56DA93CWNBX-Fd>>. Acesso em: 27 jun. 2017.

O impeachment na televisão pública: pluralidade e diversidade?^{1 2}

Bruna Santos de Almeida Andrade³

Maria Helena Weber⁴

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

Resumo

Neste artigo buscamos compreender algumas características do debate público sobre o processo de impeachment através da análise de 20 matérias, dos dias 18 de abril de 2016 e do dia 12 de maio de 2016, do telejornal Repórter Brasil Noite, da TV Brasil. Analisamos a participação das diferentes redes de comunicação no debate público sobre o processo de impeachment e, a partir disso, pretendemos verificar a pluralidade das vozes trazidas para o debate pelo telejornalismo dessa emissora. Além disso, também são analisados aqui alguns aspectos que nos permitem compreender se essas vozes refletem alguns critérios de diversidade importantes para o jornalismo na televisão pública. Este trabalho se articula em torno de dois eixos: comunicação pública e visibilidade, e televisão pública e jornalismo.

Palavras-Chave: Impeachment Dilma Rousseff, Televisão Pública, Comunicação Pública, Radiodifusão Pública

Abstract:

In this article we try to understand some characteristics of the public debate about the impeachment process through the analysis of 20 reports from Repórter Brasil Night, from TV Brasil. We analyzed the participation of the different communication networks in the public debate about the impeachment process and then we verified the plurality of voices brought to the debate by the television journalism of this broadcaster. In addition, we also analyzed here some aspects that allow us to understand if these voices reflect some diversity criterion important for journalism in public television. This work is articulated around two axes: public communication and visibility, and public television and journalism.

Keywords: Impeachment Dilma Rousseff, Public Television, Public Communication, Public Broadcasting

Introdução

A conjuntura que desencadeou o processo de impeachment de Dilma Rousseff começou a ganhar contornos mais claros durante a eleição de 2014, em processos marcados por reviravoltas, como a ascensão de Marina Silva (PSB) nas pesquisas de intenção de voto após a morte de seu companheiro de chapa, Eduardo Campos, e pelo acirramento das disputas políticas que envolveram toda a sociedade. Aquele foi o ano em que a presidenta foi reeleita por uma diferença pequena, fazendo 51,65% dos votos. Apesar do discurso de unificação do governo, os setores econômicos, políticos e sociais derrotados na eleição fizeram forte oposição desde o primeiro dia do novo mandato, com protestos massivos e pedidos de cassação. Nesse clima, em outubro de 2015 o Tribunal de Contas da União (TCU) rejeitou por unanimidade as contas do governo federal referentes a 2014. A decisão do TCU deu origem ao processo de impeachment que culminou no afastamento definitivo de Dilma Rousseff em 31 de agosto de 2016.

Este processo rompeu com a normalidade da vida democrática do país. Um acontecimento dessa natureza gera um

grande impacto na vida dos indivíduos, e da sociedade, já que contém na sua estrutura vital elementos narrativos e simbólicos que se impõem e, assim, são ressignificados pelas mídias eletrônicas e imprensa. Dessa forma, neste artigo buscamos compreender algumas características do debate público sobre o processo de impeachment, através da análise de 20 matérias jornalísticas veiculadas pelo telejornal Repórter Brasil Noite, da TV Brasil, nas edições de 18 de abril e 12 de maio de 2016, período das votações de abertura do processo na Câmara dos Deputados e no Senado Federal, respectivamente.

A escolha recai sobre esta televisão devido ao seu caráter público o que permitiria inferir sobre a possibilidade de contemplar a pluralidade de vozes. As matérias foram analisadas a partir do critério de participação de diferentes redes de comunicação - conceito de Weber (2007; 2017) - no debate público decorrente do processo que resultou no impeachment da presidenta. A partir disso, pretendemos verificar a pluralidade das vozes trazidas para o debate pelo telejornalismo dessa emissora. Também são analisados alguns aspectos que nos per-

mitem compreender se essas vozes refletem critérios de diversidade importantes para o jornalismo na televisão pública.

Comunicação pública e visibilidade

A noção de comunicação pública que trazemos aqui é aquela caracterizada pela sua dimensão normativa da comunicação passível de ocorrer entre a sociedade civil e o Estado. Nesse sentido, Weber (2007, p.24) define a comunicação pública "como a abordagem e circulação de temas vitais à sociedade, ao Estado e à política". E para que a comunicação pública se realize, é preciso que exista um espaço de circulação de informações e opiniões, onde os sujeitos se encontrem e produzam trocas argumentativas em torno delas.

Esteves (2011) caracteriza a comunicação pública como a dinâmica comunicacional que envolve a publicidade, como a publicitação de ideias, opiniões, fatos ou pessoas, ou seja, é aquela que dá visibilidade à política e aos sujeitos no espaço público; a crítica, como a tomada de posição sobre os diversos argumentos que foram tornados públicos, ela é o mecanismo de validação desses argumentos; e, por fim, o debate, que se estabelece pelo

¹ Texto revisado a partir do original ANDRADE, Bruna Santos de Almeida. O impeachment da televisão pública: indicadores de pluralidade e diversidade. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 18., 2017, Caxias do Sul. Anais. Caxias do Sul: Intercom, 2017. p. 1 - 15.

² Neste artigo utilizamos a nomenclatura "impeachment" para nos referirmos ao processo sofrido por Dilma Rousseff por se tratar da análise de um período em que o processo estava em andamento. No entanto, entendemos que aquele processo culminou em uma ruptura no âmbito das instituições democráticas que leva a um golpe parlamentar, com consequências que se estendem no tempo até a prisão do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em abril de 2018.

³ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Bolsista CAPES. bruna.andrade@ufrgs.br.

⁴ Professora do PPGCOM/UFRGS, Pesquisadora1 do CNPq, maria.weber@ufrgs.br.

processo comunicativo de publicidade e crítica das opiniões. A comunicação pública se estabelece, portanto, a partir da discussão argumentativa e racional em torno das opiniões tornadas públicas e tem o objetivo de gerar consensos.

Entretanto, para que a comunicação pública efetivamente se estabeleça Esteves (2011) coloca três pré-requisitos normativos: a) liberdade de participação a todos os interessados em participar do debate; b) que não haja restrição com relação aos temas que serão objeto de debate; e c) que todos os participantes tenham o mesmo status dentro do debate. Apesar deste modelo ideal, o próprio autor reconhece que a comunicação pública nunca atingiu plenamente essas condições, mas segue como um modelo importante modelo normativo.

Nesse sentido, Weber (2007) defende que a capacidade de repercussão dos temas em debate depende da disputa de versões entre redes de comunicação que se conformam a partir de interesses similares e também é proporcional ao interesse dessas redes nos temas em discussão. De acordo com a autora, a comunicação pública é desencadeada no momento em que uma rede de comunicação se manifesta em torno de um tema de interesse público (transitório, como o processo de impeachment ocorrido em 2016, ou permanente, como o direito à educação), provocando as demais redes a também manifestarem-se. Na proposta de Weber (2007, p. 26), os debates públicos se articulam na dinâmica comunicacional entre sete redes de comunicação: rede de Comunicação Social, formada por populares, sindicatos, movimentos sociais, movimentos estudantis, etc.; a rede de Comunicação Política, composta aqui por representantes do Legislativo e do Executivo Federal e políticos sem mandato; a rede de Comunicação do Judiciário, formada pelo Judiciário Federal, advogados e juristas; a rede de Comunicação Científica e Educacional, da qual fazem parte institutos de pesquisa; a rede de Comunicação Mercadológica, formada pelas entidades empresariais; a rede de Comunicação Religiosa, representada aqui pelos líderes de religiões e crenças; e os Sistemas de Comunicação Midiática, aqui representadas por comentaristas e veículos de comunicação (WEBER, 2007, p. 26).

Considera-se que vivemos em uma sociedade que convive com o poder de intervenção e visibilidade dos meios de comunicação, capazes de modificar as relações sociais em todos os âmbitos. Inclusive nas práticas de comunicação pública. Assim, a questão da visibilidade dos debates e dos atores sociais faz-se importante dentro da discussão aqui proposta. Para Weber (2007) os meios de comunicação de massa são espaços privilegiados de visibilidade, tornando-se, por

esse motivo, objetos de investimento por parte dos sujeitos políticos.

A visibilidade, no entanto, não garante que os temas de fato entrem na agenda de debate público (MAIA, 2002), mas ela tem o potencial de gerar discussão em torno dos temas visibilizados, dar visibilidade a discussões que, caso contrário, ocorreriam apenas no âmbito privado e fornecer um canal de entrada para debates com pouca visibilidade social, mas que sejam eficazes em alguma medida (GOMES, 2007, p. 11). Dessa forma, a visibilidade midiática tem potencialidades absolutamente democráticas no sentido de contribuir para o debate público: “a visibilidade midiática é importante não como um fim em si, mas na medida em que incita um processo de interação e interlocução entre os atores sociais, contribuindo para a instauração do debate público na sociedade” (MAIA, 2002, p. 13).

“*Todavia, apesar do potencial democrático do “regime de visibilidade”, as mídias ao mesmo tempo atuam com a sua antítese: “ocultamento, aparamento e opacidade. E o grau de visibilidade e ocultação é determinado, sim, por critérios de noticiabilidade e de interesse público, mas também por interesses não públicos oriundos da política, da economia, etc.*” (WEBER, 2007).

Nesse sentido, como argumenta Borges (2015, p. 34), o que impediria a realização do potencial democrático da mídia “é a sobreposição dos interesses privados dos atores sociais que detêm o poder sobre o estado e sobre os sistemas midiáticos, em detrimento do interesse público”. Por esse motivo, os meios de comunicação públicos se colocam como verdadeiras alternativas para que a comunicação pública se estabeleça no interior das sociedades democráticas. Como veremos, ao menos idealmente espera-se que esses veículos possam atuar sob uma base de interesses estritamente públicos e incluindo toda a sociedade nos debates sobre os temas de interesse público que caracterizam a comunicação pública.

Televisão pública e jornalismo

A perspectiva da comunicação pública e da visibilidade aciona a importância das mídias públicas e, no caso deste artigo, da televisão pública. Ela é um importante instrumento na geração de conversa social. Entretanto, quando não está voltada para o interesse público, ela “suplanta a participação cidadã” e torna-se o lugar “onde o espetáculo maquia o debate político, até dissolvê-lo” (BARBERO, 2002, p. 44). Nesse cenário, onde a esfera pública eletrônica privatizada não atende aos interesses e às demandas da cidadania e do debate público, uma outra televisão se destaca como alternativa:

a televisão pública, definida por Rincón (2002, p. 28) como aquela que “privilegia o caráter público desse meio para superar a sua visão comercial e ganhar sua densidade como cidadã; a que nos relata como nos tornamos coletivo social”.

Apesar de não ser um modelo novo, existem diferentes entendimentos sobre o que caracteriza as emissoras públicas de radiodifusão, também persistindo algumas tensões na fronteira entre governamental e pública. Nesse sentido, Bucci (2010) situa três pré-requisitos para que uma emissora seja efetivamente pública. Esses critérios dizem respeito à natureza jurídica (não deve ser privada), ao financiamento (financiamento público por meio de taxas ou repasses orçamentários, desde que não gerem pressões editoriais) e à gestão (autônoma e com participação de conselhos de membros da sociedade civil). Além disso, Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) acrescentam como pré-requisitos para uma emissora pública: independência editorial; pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; mandato de serviço público, expresso em documentos legais; e a prestação de contas junto ao público e aos órgãos reguladores independentes. A partir desses requisitos, as emissoras públicas têm a missão de tornar o espaço público mediatizado menos vulnerável a pressões de poderes econômicos e governamentais e mais democrático e inclusivo (BUCCI, 2010).

Nesse sentido, o jornalismo praticado nas emissoras públicas deve prezar pelos mesmos valores, uma vez que os noticiários são o espaço onde os temas de interesse público são apresentados e debatidos. A função do jornalismo aqui é a de manter os cidadãos informados sobre os mais diversos aspectos e argumentos existentes em torno desses temas para que possam tomar posição nos debates. Mas, ao mesmo tempo, também é a de dar visibilidade à diversidade de atores e opiniões para que possam colocar-se na discussão de forma a garantir a pluralidade do debate público. Pois, como aponta Becker (2008, p. 362), “os enunciados dos telejornais têm a função de permitir que aquilo que se diz exista, e, por outro lado, dizer o que não existe”. Por esse motivo, Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012, p. 29) entendem que as emissoras públicas devem atuar, antes de tudo, como “órgãos de imprensa”, pois “cuidam de levar informação ao grande público, promovendo, às vezes com êxito, outras com distorções, o debate de ideias”.

Citando Maia (2008), Miola (2012, p. 131) destaca que os meios de comunicação de massa tendem a “reproduzir as assimetrias de poder existentes na sociedade”. Um dos motivos dessa reprodução é o fato de que as fontes jornalísticas são escolhidas pelo valor que lhes é socialmente atribuído, e os cidadãos não estão entre as fontes mais prestigiadas pelos jor-

nalistas nas suas rotinas produtivas. Por isso, o jornalismo das emissoras públicas, pautado por outros valores, de promoção da cidadania e da democracia, deve trabalhar justamente para desconstruir essas assimetrias que maculam o debate de ideias, uma vez que este pressupõe o acesso de todos em condições iguais.

Dessa forma, Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) apontam algumas características que são esperadas do jornalismo nas emissoras públicas para que elas possam cumprir a sua missão com a cidadania. De acordo com os autores, esse jornalismo deve apresentar reportagens de diversas regiões e cidades, atingindo toda a área geográfica coberta pela emissora; também deve ter representados os diferentes pontos de vista sobre os temas em questão, de modo que as fontes consultadas reflitam a diversidade social e qualifiquem o debate de ideias; e, sobretudo, deve ter os cidadãos como protagonistas das notícias e coberturas.

Oliveira Filho e Coutinho (2015) desenvolveram indicadores de qualidade próprios para o jornalismo na televisão pública. No que tange ao debate público o eixo relativo à “pluralidade, diversidade e regionalismo” nos interessa especialmente. Nesse eixo, os autores preocupam-se em saber se:

“- A reportagem mostra grupos ou pessoas que são excluídas da mídia tradicional? - Há contraponto de ideias? - Pessoas com diferentes visões são ouvidas? - É per-

ceptível a presença da diversidade étnica, racial, religiosa, sexual ou regional na matéria? - O assunto é abordado em diferentes regiões do país? (OLIVEIRA FILHO, COUTINHO, 2015, p. 14).”

Além disso, o Manual de Jornalismo da EBC também traz importantes contribuições para pensarmos o jornalismo, não apenas nas emissoras dessa empresa pública, mas de forma geral. Nesse manual, o jornalismo é entendido como um “serviço público”, sem o qual “a sociedade de uma nação, de um território ou de uma localidade não consegue exercer seus direitos de cidadania, pois os cidadãos e cidadãs não teriam meios de estar em todos os lugares e saber tudo que acontece de relevante e importante para as relações sociais” (EBC, 2013, p. 7). Por essa razão, o jornalismo da EBC deve colocar-se a serviço do interesse público e do direito dos cidadãos à informação, à comunicação plural e diversificada e à liberdade de pensamento e opinião.

Além disso, o Manual também traz princípios e objetivos específicos para o jornalismo. Os princípios do jornalismo expressos no manual seguem a direção de comprometimento com a cidadania: “fomento à construção da cidadania, ao aperfeiçoamento da democracia e à participação da sociedade” (EBC, 2013, p. 23). Entre os objetivos, no que tange a este artigo, se destacam o discernimento (“contribuir para o desenvolvimento da consciência crítica do cidadão, por meio da oferta de informação qualifi-

cada e contextualizada”); o debate público (“fornecer espaços e meios para o debate público acerca de temas de relevância local, regional, nacional e internacional, assegurada a expressão de ideias, opiniões e pontos de vista divergentes”); e a inclusão (“apoiar processos de inclusão social e socialização da produção de conhecimento, garantindo espaços para exibição de produções regionais e independentes”) (EBC, 2013, p. 23-24).

Impeachment e jornalismo na televisão pública

Neste artigo analisamos duas edições do principal telejornal da emissora pública TV Brasil, o Repórter Brasil Noite que à época ia ao ar de segunda-feira à sábado, com duração de 40 minutos. Analisamos aqui as edições do dia 18 de abril de 2016 e do dia 12 de maio de 2016, conforme a Quadro 1, por serem as edições seguintes às votações de abertura do processo da Câmara dos Deputados e no Senado Federal, respectivamente.

Data	Título
18/04/16	Instituto Vox Populi fez uma pesquisa que traz números interessantes sobre esse momento que o Brasil vive
18/04/16	Decisão da Câmara, a favor do impeachment, teve intensa repercussão na imprensa mundial
18/04/16	Manifestações contra e a favor do impeachment levaram milhares de pessoas às ruas
18/04/16	Presidenta Dilma fala sobre a votação
18/04/16	Religiosos criticam deputados que fizeram referências à religião durante o voto
18/04/16	Frente Brasil Popular e Frente Povo Sem Medo afirmam que não reconhecem a legitimidade de um pretense governo Temer
18/04/16	PDT expulsa seis deputados que votaram a favor do impeachment
18/04/16	Vice-presidente Michel Temer passou o dia de hoje em São Paulo
18/04/16	Sessão da Câmara foi acompanhada por milhões de brasileiros
18/04/16	Grupo de senadores vai apresentar PEC para antecipar as eleições presidenciais
18/04/16	Datafolha: pesquisa ouve opinião de manifestantes a favor e contra o impeachment
18/04/16	O Repórter Brasil explica como fica o andamento do processo contra a presidenta, no Senado
18/04/16	Processo contra a presidenta Dilma chega ao Senado
12/05/16	Conheça um pouco mais sobre a vida e a trajetória política de Michel Temer
12/05/16	Qual sua expectativa para o Brasil depois da decisão do Senado?
12/05/16	Presidente interino Michel Temer faz a primeira reunião ministerial
12/05/16	Comentário – Paulo Moreira Leite
12/05/16	Principais entidades empresariais elogiam nova equipe econômica
12/05/16	Exoneração dos ministros de Dilma saíram publicados em edição extra do Diário Oficial da União
12/05/16	Michel Temer assume como presidente interino

Quadro 1 - Amostra 18/04/2016 e 12/05/2016
Fonte: Elaboração própria.

A metodologia aplicada a esta pesquisa é a análise de conteúdo, para exame do material empírico, sendo que as informações foram classificadas por critérios capazes de indicar a pluralidade das vozes e sua vinculação às redes de comunicação propostas por Weber (2007).

A classificação das informações foi realizada segundo os seguintes critérios:

a) Título/Tema: a partir dos títulos as matérias foram classificadas nos temas política institucional ou política na sociedade civil;

b) Tipo de fala: classificado se a pessoa fala ou tem fala citada;

c) Voz: quem fala ou tem fala citada;

d) Tempo de fala; Local: cidade onde a fonte que fala estava;

e) Faixa etária: criança (até 12 anos), adolescente (entre 12 até 20 anos), jovem adulto (de 20 a 35 anos), adulto (de 35 a 50 anos), adulto maduro (de 50 a 65 anos) e idoso (65 anos ou mais);

f) Cor da pele: branca, preta, parda, amarela e indígena, e

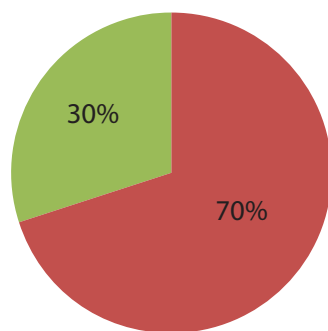
g) Gênero: homem e mulher.

Após a identificação das vozes e respectiva categorização, as vozes foram classificadas em redes de comunicação, de acordo com a proposta de Weber (2007).

O debate na televisão pública

Considerando as discussões conceituais realizadas, defende-se que o processo de impeachment de Dilma Rousseff desencadeou um debate público que envolveu as mais diversas redes de comunicação, sendo a televisão pública entendida como uma importante instância desse debate, devido à sua vinculação direta com a comunicação pública. Chegamos agora aos dados sobre as vinte matérias das duas edições do Repórter Brasil Noite trabalhadas neste artigo e que serão agora apresentados e analisados.

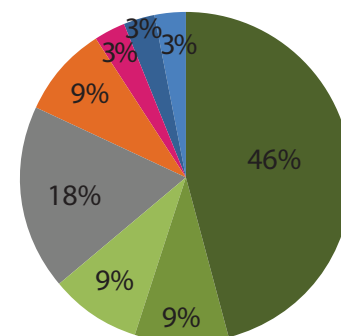
GRÁFICO 1 - TEMA



■ Política Institucional
■ Política na Sociedade Civil

O Gráfico 1 traz a proporção entre temas da política institucional e da política na sociedade civil. Podemos notar que, apesar de os resultados das votações terem provocado a reação de atores dos mais diversos setores da sociedade civil, a cobertura do Repórter Brasil Noite, nessas duas edições, ficou bastante centrada nos assuntos relativos à política institucional. Nesses dois dias, o telejornal esteve focado em repercutir a tramitação do processo no Parlamento e também nos desdobramentos institucionais desse processo.

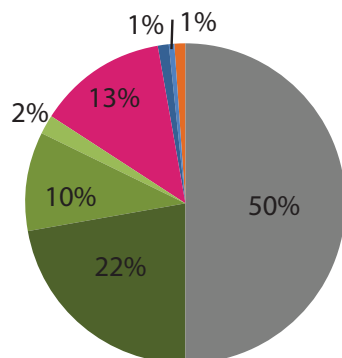
GRÁFICO 2 - VOZES



■ Legislativo Federal
■ Governo Federal
■ Políticos sem mandato
■ Comentaristas
■ Populares
■ Institutos de Pesquisa
■ Judiciário Federal
■ Advogados e Juristas

Refletindo as escolhas editoriais evidenciadas no Gráfico 1, as vozes que aparecem com maior frequência nesses dois dias são justamente aquelas relacionadas à política institucional, como membros do Legislativo e do Executivo Federal e também políticos sem mandato (Gráfico 2). Dessa forma, a rede de Comunicação Política representou 64% dos entrevistados. Em seguida, a rede de comunicação mais presente são os Sistemas de Comunicação Midiática, com 18% dos entrevistados e rede de Comunicação Social, com 9%. Sobre esses dois primeiros aspectos analisados, há que se considerar que o processo de impeachment é um tema da política institucional e que é desencadeado pela rede de Comunicação Política, nesse sentido, pode-se esperar uma cobertura mais voltada para esse âmbito da política e com proeminências das vozes ligadas a ele. No entanto, há um desequilíbrio evidente, especialmente no que se refere às vozes. Nesse aspecto, o que vemos é a emissora pública replicando as “assimetrias de poder” referidas por Maia (2008) ao cederem maior espaço a atores que já têm maior espaço na esfera de visibilidade midiática.

GRÁFICO 3 – TEMPO DE FALA

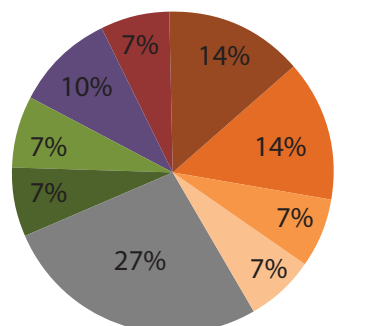


- Comentaristas
- Governo Federal
- Legislativo Federal
- Políticos sem mandato
- Institutos de Pesquisa
- Judiciário Federal
- Advogados e Juristas
- Populares

A variável tempo de fala é uma das mais importantes para demonstrar os diferentes níveis de participação das redes e respectivos atores. Nesse aspecto, foram as vozes ligadas aos Sistemas de Comunicação Midiática que obtiveram maior tempo de fala (50%), seguidas pela rede de Comunicação Política, que obteve 34% do tempo (Gráfico 3). Em relação ao que destacamos no parágrafo anterior sobre as desigualdades a participação, a rede de Comunicação Social obteve a menor participação entre as redes e não ocupou mais do que 1% do tempo de fala das duas edições analisadas nesta segunda amostra. Além disso, a participação dessa rede ficou limitada a uma única matéria, onde três populares foram entrevistados em um fala-povo. O fato de serem os comentaristas os que tiveram mais tempo de fala também chama a atenção aqui, pois são atores da própria mídia os que têm o maior espaço de argumentação, colocando a própria emissora pública não apenas como mediadora, mas como importante ator nesse debate público.

Das vozes citadas, é a rede de Comunicação Social, com menor tempo de fala, a que aparece com mais falas citadas (Gráfico 4). Aqui foram trazidas especialmente posições e comentários de organizações da sociedade civil a respeito do processo de impeachment. Em seguida, os veículos de comunicação internacionais também aparecem com destaque. Apesar de não demonstrarem propriamente os tempos de fala, essa categorização não deixa de ser importante, uma vez que as falas citadas permitem que as redes ao menos se posicionem sobre o tema. Mesmo assim, esse tipo de participação não confere aos que têm falas citadas o mesmo status no debate público daqueles que efetivamente têm voz no telejornal.

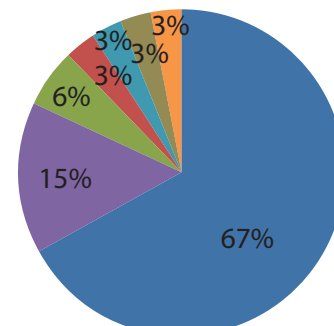
GRÁFICO 4 – VOZES CITADAS



- Populares
- Sindicatos
- Movimentos Sociais
- Entidades Estudantis
- Veículos de Comunicação
- Governo Federal
- Legislativo Federal
- Entidades Empresariais
- Líderes de Religiões e Crenças

Além da pluralidade de vozes, também é importante que as emissoras públicas prezem pela diversidade das vozes evidenciadas na sua programação, especialmente no telejornalismo. Dessa forma, os gráficos a seguir nos trazem indicativos quanto a diversidade regional, etária, étnica e de gênero.

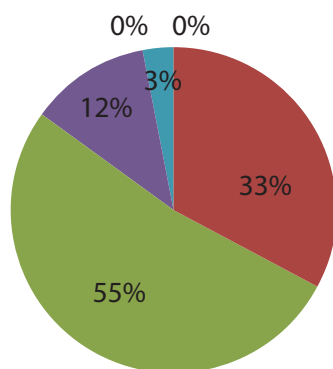
GRÁFICO 5 – ORIGEM DAS VOZES



- Brasília
- São Paulo
- Indefinido
- Rio Branco
- Salvador
- Goiânia
- Belo Horizonte

O primeiro indicador de diversidade que analisamos aqui é a origem, o local (Gráfico 5). Consideramos que houve pouca diversidade regional na abordagem do tema. Além do Distrito Federal, de onde falaram 67% dos entrevistados, apenas outros seis estados apareceram nas edições analisadas. O debate sobre o processo de impeachment mobilizou cidades no país inteiro, portanto, a pouca diversidade aqui negligencia as especificidades da discussão desse temas nas diversas regiões do país. É importante destacarmos, nesse sentido, que a diversidade regional não é apenas uma questão geográfica, mas também cultural.

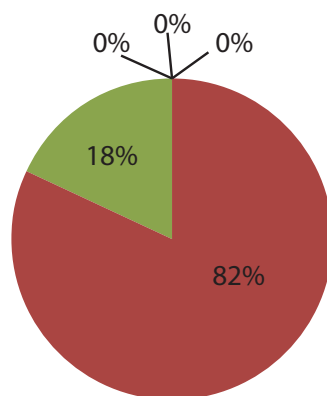
GRÁFICO 6 – FAIXA ETÁRIA



- Idoso
- Adulto Maduro
- Adulto
- Jovem Adulto
- Adolescente
- Criança

Outro parâmetro analisado foi a faixa etária dos indivíduos. Aqui também nota-se pouca diversidade, especialmente se compararmos aos números da população brasileira. De acordo com os dados do censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) a população com mais de 50 anos é de 20,6%. Já na cobertura do Repórter Brasil Noite, como mostra o Gráfico 6, aproximadamente 85% das pessoas ouvidas está nas faixas etárias adulto maduro (50 a 65 anos) e idoso (acima de 65 anos). Além disso, jovens de até 20 anos não tiveram qualquer representação e os jovens adultos (de 20 a 35 anos) representaram apenas 3% dos entrevistados. A pouca participação de jovens vai na contramão do que tem se visto nos movimentos políticos contemporâneos, onde são justamente eles os maiores protagonistas, mas que, no debate sobre o processo de impeachment nas edições analisadas, quase não foram notados.

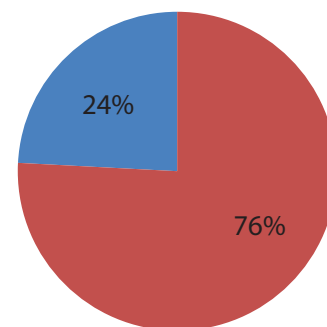
GRÁFICO 7 – COR DA PELE



- Branca
- Parda
- Negra
- Amarela
- Indígena

No critério cor da pele também não houve diversidade e a amostra analisada revelou-se bastante diferente da realidade brasileira. Mais da metade (52%) da população do Brasil não é branca. No entanto, na amostra analisada, 82% dos que falaram eram brancos e 18% pardos (Gráfico 7). Ou seja, além de termos uma sobre-representação da população branca, negros, amarelos e indígenas não apareceram nas edições analisadas.

GRÁFICO 8 – GÊNERO



- Masculino
- Feminino

O último gráfico (8) apresenta a relação entre homens e mulheres entre os entrevistados da amostra. Notemos que 76% das pessoas que falaram nas duas edições eram do sexo masculino, enquanto 24% eram do sexo feminino (Gráfico 8). Também nesse critério a amostra se difere da população brasileira. No último censo, as mulheres representavam a maior parte da população, em torno de 51% dos brasileiros.

No que tange ao apresentado nos gráficos 5, 6, 7 e 8, entendemos que a pouca diversidade encontrada nessas vozes é reflexo também das escolhas editoriais que ficaram evidenciadas nos gráficos 1, 2 e 3. A centralidade da política institucional e das vozes ligadas à rede de Comunicação Política concentrou mais da metade das matérias em Brasília. Já a falta de diversidade em faixa etária, cor da pele e sexo reflete o padrão dos grupos pertencentes à essa rede. No Parlamento, por exemplo, após a eleição de 2014, a idade média dos parlamentares é de 51 anos e somente 4,3% deles têm menos de 29 anos. Quanto à cor da pele não temos nenhum parlamentar que se autodeclare indígena ou amarelo, e pretos e pardos somados não chegam a 21%. A desigualdade de representação também é grande quanto ao sexo: as mulheres ocupam apenas 10,37% das cadeiras do Parlamento. Isso não quer dizer que, mesmo nesse cenário, o Repórter Brasil Noite não pudesse buscar vozes mais diversas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Consideramos que o telejornalismo da emissora pública TV Brasil, no que se refere aos critérios de pluralidade e diversidade de vozes analisados, não demonstra uma diferenciação dos padrões conhecidos nas emissoras privadas que seja capaz de influenciar na desconstrução das “assimetrias de poder”, ao invés de reproduzi-las. Nesse sentido, conforme destacamos anteriormente, as vozes da rede de Comunicação Social (aquela por onde os sujeitos da sociedade civil podem se fazer ouvir) têm uma participação bastante desequilibrada em relação, especialmente, aqueles sujeitos relacionados ao poder político estabelecido. Essa reprodução das assimetrias se dá tanto no número de vozes relacionadas à rede de Comunicação Social, quanto no tempo de fala desses sujeitos.

A inclusão daqueles que não têm voz nas emissoras de interesse comercial deve ser a grande missão da televisão pública, mas são justamente os grupos mais negligenciados naquelas emissoras os que são novamente esquecidos por essa. No entanto, presença esporádica de alguns grupos não significa diversida-

de. A diversidade se constrói quando a participação dos diversos grupos na esfera pública midiaticizada reflete a realidade da população e dá a eles oportunidade de realmente intervir na comunicação pública e na vida pública. Não queremos dizer aqui que os entrevistados na televisão pública devam refletir fielmente dados censitários, mas que esta deve evitar desvios que ocasionem a sub-representação de grupos sociais. No entanto, jovens, pretos e pardos e mulheres são minoria entre as vozes presentes no debate sobre o processo de impeachment.

No debate público que se estabeleceu sobre o processo de impeachment, e que envolveu os mais diversos setores sociais e campos ideológicos, a televisão pública deveria atuar como a instância onde essa pluralidade e diversidade de posições e atores envolvidos pudesse ser melhor representada. Um jornalismo de qualidade na emissora pública não pode prescindir desse papel, pois o debate público, como discussão dos temas de interesse público, e a inclusão daquelas vozes usualmente ausentes da esfera de visibilidade midiática são, expressamente, objetivos desse jornalismo, como

assume o próprio Manual de Redação da EBC. E, na não observância desses fundamentos em um momento político de tantas controvérsias, perde a democracia, pois a radiodifusão pública, independente e comprometida apenas com o interesse público, é a salvaguarda do debate de ideias diante do compromisso das emissoras privadas com interesses econômicos e políticos.

Dessa forma, consideramos que o telejornalismo evidenciado na amostra analisada apresentou falhas no que tange à pluralidade das vozes, concedendo maior espaço especialmente aos que já possuem maior poder político e melhores ferramentas de acesso aos meios de comunicação de massa a fim de obterem visibilidade para si e/ou para seus argumentos. Assim, o espaço que tem a potencialidade de promover o debate público igualitário, não corresponde ao que se coloca como expectativa para uma emissora pública. O que também ocorre quanto a diversidade, que é reiterada pelos autores trabalhados aqui como um valor importante a ser observado pelo jornalismo praticado em emissoras públicas.

REFERÊNCIAS:

BARBERO, Jesús Martín. Televisão Pública, televisão Cultural: entre a renovação e a invenção. In: RINCÓN, Omar et al (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 41-79.

BECKER, Beatriz. Diversidade e Pluralidade: Desafios da Produção de um telejornalismo de qualidade. In: BORGES, Gabriela; REIA-BAPTISTA, Vitor. **Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão**. Lisboa: Novos Horizontes, 2008. p. 357-367.

BORGES, Tiago Gautier Ferreira. **Entre o Espetáculo e o Debate Público: Enquadramentos sobre as manifestações de junho de 2013 no Jornal Nacional e no Repórter Brasil**. 2015. 203 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos**, São Paulo, n. 88, p.5-18, dez. 2010.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas: Uma avaliação contemporânea**. Brasília: Unesco, 2012. 35 p.

EBC. **Manual de Jornalismo da EBC**. Brasília: EBC, 2013.

ESTEVES, João Pissarra. **Sociologia da Comunicação**. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2011.

GOMES, Wilson. PUBLICIDADE, VISIBILIDADE, DISCUTIBILIDADE: Para uma revisão do conceito de esfera pública

política. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 16, 2007, Curitiba. **Anais...**. Curitiba: Compós, 2007. p. 1 – 15.

MAIA, Rousiley C. M.. Dos dilemas da visibilidade midiática para a deliberação pública. In: CONGRESSO ANUAL EM CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador. **Anais...**. Salvador: Intercom, 2002. p. 1 – 19.

MIOLA, Edna. **Sistema deliberativo e tensões entre interesses públicos e privados: a criação da Empresa Brasil de Comunicação em debate no congresso e na imprensa**. 2012. 294 f. Tese (Doutorado) - Curso de Comunicação, Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

OLIVEIRA FILHO, José da Tarcísio da Silva; COUTINHO, Iluska. A TV Pública e a Busca por Métodos de Verificação da Qualidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 38, 2015, Rio de Janeiro. **Anais...**. Rio de Janeiro: Intercom, 2015. p. 1 - 15.

RINCÓN, Omar. Introdução. In: RINCÓN, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 13-40.

WEBER, Maria Helena. Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos: Mídia e Democracia**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 27, p.21-42, jul. 2007. Semestral.

WEBER, Maria Helena. **Nas redes de comunicação pública, as disputas possíveis de poder e visibilidade**. In: Comunicação Pública e Política: pesquisa e práticas. WEBER, Maria Helena (org.). Florianópolis: Insular, 2017.

Comunicação e Educação: A Contribuição da TV Câmara Natal na Esfera Pública¹

Denise Cortez da Silva Accioly²
Fundação Djalma Maranhão

Resumo

Uma das principais funções das TVs Legislativa é proporcionar ao cidadão a participação na esfera pública, a partir do debate político. Criada em fevereiro de 2003, a TV Câmara Natal foi o primeiro canal legislativo do Norte-Nordeste. Este artigo refere-se a uma pesquisa que tem como objetivo refletir sobre o papel desempenhado pela TV Câmara Natal, na esfera pública, e sua contribuição para a formação cidadã dos indivíduos. Fundamenta-se nas ideias de Jürgen Habermas, sobre o conceito de esfera pública, que enfatiza a relevância de se repensar sobre a mídia, considerando os efeitos socioculturais que ela exerce. Como caminhos metodológicos utilizamos uma entrevista realizada com a Diretora da TV Câmara Natal, assim como uma observação não participante na TV e a pesquisa bibliográfica. Constatamos que a TV Câmara Natal se tornou um diferencial do trabalho do Legislativo.

Palavras-chave: comunicação; educação; TV Câmara Natal; esfera pública.

Abstract

One of the main functions of Legislative TVs is to provide citizen participation in the public sphere, from the political debate. Created in February 2003, TV Câmara Natal was the first legislative channel of the North-Northeast. This article refers to a research that aims to reflect on the role played by TV Câmara Natal, in the public sphere, and its contribution to the citizens' formation of individuals. It is based on the ideas of Jürgen Habermas, on the concept of public sphere, which emphasizes the relevance of rethinking the media, considering the sociocultural effects that it exerts. As methodological paths we used an interview with the Director of TV Câmara Natal, as well as a non-participant observation on TV and bibliographic research. We found that TV Câmara Natal became a differential of the work of the Legislative.

Keywords: communication; education; TV Câmara Natal; public sphere.

Introdução

A comunicação ocupa um espaço fundamental na nova esfera pública, portanto, o tema está intrinsecamente ligado à educação, ao se pensar sobre temas importantes como a construção da cidadania, principalmente nos mais jovens. Desse modo, a nova ordem mundial exige da educação um envolvimento maior sobre as relações do sujeito com os meios de comunicação. A educação para os meios nesse novo espaço continua marcada por incertezas. Por isso, questionamos qual o lugar e a importância que a mídia deve ocupar na educação? Diante dessa problemática, destacamos a importância de estudos que contribuam para diminuir as fronteiras entre a educação e a mídia.

Destarte, este trabalho refere-se a uma pesquisa que tem como objetivo refletir sobre o papel desempenhado pela TV Câmara Natal, emissora do Legislativo da capital potiguar, na esfera pública, e sua contribuição para a formação cidadã dos indivíduos. Questiona-se como a TV Câmara contribui na formação cidadã dos indivíduos? Fundamenta-se nas ideias de Jürgen Habermas, sobre o conceito de esfera pública, que enfatiza a relevância de se repensar a mídia, considerando os efeitos socioculturais que ela exerce. Utilizamos ainda como referência al-

guns teóricos relevantes sobre a mídia como Martín-Barbero, Orozco-Gómez, Gomes entre outros. A metodologia utilizada nessa primeira fase da pesquisa refere-se a uma entrevista realizada com a Diretora da TV Câmara Natal, Virgínia Coelli³, assim como a observação não participante na TV e pesquisa bibliográfica. Posteriormente será aplicado um questionário para análise da audiência da TV e sua contribuição para a educação dos cidadãos.

Criada em fevereiro de 2003, a TV Câmara Natal foi o primeiro canal legislativo do Norte-Nordeste. Atualmente é transmitido no canal 10 da TV a Cabo. A TV Câmara vem cumprindo o seu objetivo de dar maior transparência aos trabalhos do legislativo municipal, levando informação, cultura e cidadania à população de Natal. Além da transmissão das sessões ordinárias, audiências públicas e demais atividades da Câmara Municipal, o canal também produz programas de cunho jornalístico e cultural, entre os quais se destacam: Câmara Repórter, Câmara Verde, Câmara Esportiva, Tela de Justiça, Direto ao Ponto, Plenário em Ação, Educação em Pauta, TJRN Notícias, Justiça e Você, Sessão do Pleno do TJRN entre outros.

O termo TV Legislativa será empregado de acordo com a definição utilizada por Santos (2006), como um conjunto de

programação audiovisual, cuja produção e transmissão seja controlada pela mesa diretora de uma casa parlamentar, que tenha as atividades do parlamento como a principal temática de seu conteúdo e seja transmitido em massa para ser recebido de maneira regular por aparelho de televisão doméstico.

“As TVs legislativas atendem, desde sua concepção, a um duplo objetivo. No processo de debate que levou à aprovação da Lei do Cabo, em 1995, foram previstas como alternativas para aproximar a população das discussões que ocorrem nas câmaras de vereadores, assembleias legislativas, câmara dos deputados e senado federal, permitindo aumentar o controle dos cidadãos sobre essas instituições e ampliar a participação popular no processo legislativo. Do ponto de vista dos órgãos que as criaram e mantêm, as emissoras legislativas foram fundadas com o objetivo de revigorar a imagem do Poder Legislativo (LEMONS; CARLOS; BARROS, 2017). Para a Diretora da TV Câmara Natal, Virgínia Coelli a função da TV Legislativa é proporcionar ao cidadão a participação no debate político (CELLI, 2017).”

¹ Trabalho originalmente apresentado ao GP Comunicação e Educação do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018.

² Doutorado e Mestrado em Educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Especialização em Cinema (UFRN). Graduação em Comunicação (UFRN) e Graduação em Pedagogia - Universidade Potiguar (UNP). Em 2017 esteve como Diretora Presidente da Fundação Djalma Maranhão, Instituição mantenedora da TV Câmara Natal e da Escola Legislativa Miguel Arraes. Atualmente é professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte no Departamento de Educação/ CERES/ CAICÔ.

³ Formada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte em 1992. Trabalhou por mais de 20 anos na TV e Rádio Cabugi, filiada da Rede Globo no Rio Grande do Norte, com larga experiência no jornalismo político. É Diretora da TV Câmara Natal desde 2011.

Esfera Pública e Mídia

Para Avritzer e Costa (2006) o uso mais importante e generalizado do conceito de espaço público na América Latina ocorre nas pesquisas sobre os meios de comunicação de massa. Predomina aqui a visão herdada da sociologia da sociedade de massas e da recepção tardia do conceito de indústria cultural, conforme foi elaborado pela primeira geração da Escola de Frankfurt. Assim, se esboça a imagem de um público atomizado e disperso que, de produtores críticos da cultura, se transformaram, no âmbito do processo mesmo de constituição da sociedade de massas, em consumidores passivos dos conteúdos dos mesmos. No entanto, para Orozco-Gómez (1996; 2001) a televisão não é um meio todo poderoso como se acreditou durante muito tempo, mas também não é um meio neutro e sem importância.

Segundo Gomes (2006, p. 53) Habermas apresenta uma novidade em sua tese que não somente a ideia de esfera pública, mas sim de que ela estava mudando estruturalmente nos últimos tempos, principalmente em função da comunicação e da cultura de massa. Gomes (2006, p. 53) enfatiza que:

Immanuel Kant, Hannah Arendt e Jürgen Habermas (apud BENHABIB, 1992) colocam-se numa linhagem de pensamento político dedicado à conversão em linguagem normativa de um domínio da vida social no qual, no seu modo de dizer, pessoas privadas reúnem-se em público para discutir sobre as leis gerais que governam a vida civil, num debate orientado por regras que obrigam todos a procedimentos de racionalidade argumentativa, de suspensão das diferenças pré-argumentativas, de abertura e inclusão, além, naturalmente, de submeter todos ao princípio do melhor argumento como base de legitimação da decisão.

Conforme Habermas (2003a) o conceito de esfera pública é definido como um espaço social em que interesses, vontades e pretensões que comportam consequências concernentes a uma coletividade apresentam-se para serem discutidos em público e argumentados de forma aberta e racional. E esses interesses, vontades e pretensões dos cidadãos só podem ser levados em consideração quando ganham expressão em proposições ou discursos, ou seja, por meio da palavra e da comunicação.

“A esfera pública burguesa pode ser entendida inicialmente como a esfera das pessoas privadas reunidas em um público; elas reivindicam esta esfera pública

regularmente pela autoridade, mas diretamente contra a própria autoridade, a fim de discutir com ela as leis gerais da troca da esfera fundamentalmente privada, mas publicamente relevante, as leis do intercâmbio de mercadorias e do trabalho social (HABERMAS, 2003a, p. 42).”

Assim sendo, para Habermas (2003) a esfera pública pode ser descrita, ainda, como uma rede adequada para a comunicação de conteúdos, tomadas de posição e opiniões; nela os fluxos comunicacionais são filtrados e sintetizados, a ponto de se condensarem em opiniões públicas enfiadas em temas específicos. “A esfera pública se reproduz através do agir comunicativo, implicando apenas o domínio de uma linguagem natural; ela está em sintonia com compreensibilidade geral da prática comunicativa cotidiana” (grifos do autor) (HABERMAS, 2003a, p. 92).

Gomes (2006, p. 56) identifica cinco sentidos para o termo esfera pública: esfera pública como o domínio daquilo que é público, isto é, daquilo sobre a qual se pode falar sem reservas e em circunstâncias de visibilidade social, este seria o sentido mais original da expressão, segundo o autor; esfera pública como a arena pública, isto é, como o lócus da discussão sobre temas de interesse comum conduzida pelos agentes sociais; esfera pública como espaço público, isto é, como lócus onde temas, ideias, informações e pessoas se apresentam ao conhecimento geral, sem que necessariamente sejam discutidas; esfera pública como domínio discursivo aberto, isto é, como conversação civil; esfera pública como interação social, como sociabilidade.

Habermas (2003a), em seus primeiros escritos, ao definir o papel desempenhado pela mídia na esfera pública, apresentava uma visão extremamente pessimista acerca da influência que ela exercia sobre o uso que os indivíduos faziam, em público, de suas capacidades críticas e de sua razão. De acordo com Marques (2008) o texto “Mudança Estrutural da Esfera Pública”, publicada em 1962, estava marcado pela influência de Adorno e Horkheimer, sobretudo no que diz respeito à reflexão desses autores sobre a Indústria Cultural e seus efeitos ante emancipatórios.

Em estudos mais recentes, Habermas (1989, 1999) faz uma releitura a respeito do desempenho dos media na esfera pública. Nesse processo ele passou a considerar a importância de estudos sobre a mídia, assim como a sociologia da comunicação, no que se refere aos efeitos socioculturais da televisão, como forma de se compreender as mutações do espaço público. Habermas (apud BAHIA, 2008) reconhece que o poder midiático influen-

ciou fortemente a atualização de seus conceitos, devido à multiplicação de espaços de interação e argumentação pública.

Segundo Habermas (apud BAHIA, 2008, p. 54), “na sua revisão, as empresas de comunicação mantêm-se como instâncias da esfera pública, só que agora ele não enxerga com tanto pessimismo os dispositivos midiáticos, mas os considera como formas generalizadas de comunicação”. Em outros termos, a mídia se situa agora na esfera pública como quase controle e, ao mesmo tempo, como quase meios de comunicação, uma vez que eles não substituem a linguagem como mecanismo de vinculação social nem neutralizam as práticas comunicacionais ligadas ao mundo da vida, isto é, o mundo dos atores sociais no seu cotidiano. Por essa razão, Habermas entende que o potencial da mídia não elimina as possibilidades de suas mensagens serem questionadas pelos sujeitos individuais e coletivos.

Para Habermas (2003b), a esfera pública é um sistema de alarme dotado de sensores não especializados, porém, sensíveis no âmbito de toda a sociedade. Na perspectiva de uma teoria da democracia, a esfera pública tem que reforçar a pressão exercida pelos problemas, ou seja, “ela não pode limitar-se a percebê-los e a identificá-los, devendo, além disso, tematizá-los, problematizá-los e dramatizá-los de modo convincente e eficaz, a ponto de serem assumidos e elaborados pelo complexo parlamentar” (HABERMAS, 2003b, p.91).

Quanto mais as esferas públicas se desligam de sua presença física, integrando também, por exemplo, a presença virtual de leitores situados em lugares distantes, de ouvintes ou de espectadores, o que é possível através da mídia, tanto mais clara se torna a abstração que acompanha a passagem da estrutura espacial das interações simples para a generalização da esfera pública (HABERMAS, 2003b).

TV Câmara de Natal

A programação da TV Câmara Natal é transmitida no canal 10 da Cabo Telecom e no canal 51.4 da Rede Legislativa de TV aberta e digital. A partir de uma resolução da Anatel à Cabo Telecom, os primeiros canais da grade são destinados as emisoras legislativas, públicas, educativas e comunitárias.

De acordo com a Diretora da TV Câmara Natal, Virgínia Coelli (2017), a TV foi criada em abril do ano de 2003, pelo então Presidente da Câmara, o Vereador Renato Dantas, que teve a visão de instalar uma TV para o Legislativo, com transmissão na rede Cabo de TV, foi uma época em que estavam chegando as TVs por assinaturas e a legislação permitia que as TVs a cabo abrissem um sinal para a transmissão das TVs públicas e no caso foi criada a TV Câmara.

“(...) Começou pequenininha, foi uma TV mesmo sendo pioneira, mas ela já fazia transmissão basicamente das Seções Ordinárias da Casa, e a chegada da TV Câmara, eu nesse período que eu estou por lá, estou lá desde 2011. A gente nota que a TV Câmara é um diferencial do trabalho do Legislativo. Por quê? Porque quem conhecia, eu conheci a Câmara como repórter, antes da chegada da TV Câmara e pós TV Câmara, a gente nota que o comportamento dos vereadores mudou muito. As seções elas praticamente não são esvaziadas. Esse ano eu não lembro, por exemplo, só para lhe contextualizar, fazendo um contexto aqui, eu não lembro esse ano a gente ter encerrado mais do que uma seção por falta de quórum, e isso eu atribuo muito essa mudança de comportamento do Legislativo à chegada da televisão que deu toda essa transparência, antes as seções eram esvaziadas, os vereadores se preocupavam mais em estar mais junto às suas bases do que no plenário e hoje não, a TV Câmara eu acho faz essa divisão. Ela faz essa divisão claramente, a Câmara passou a ser mais participativa, os vereadores passaram a se preocupar mais com a imagem e o trabalho que eles fazem, não só junto às comunidades, mas também dentro do plenário, dentro da casa, com a elaboração de leis, com apresentação de projetos de requerimentos, com pronunciamentos, então eu acho que esse comportamento, essa presença, essa transparência veio com a chegada da TV Câmara Natal. Então esse foi o principal diferencial, isso ainda em 2003, quando a TV Câmara Natal foi criada. Essa TV ela passou vários anos em sinal fechado na Cabo Telecom e agora ela chegou a fase do canal aberto (COELLI, 2017).”

Podemos perceber na fala da Diretora da TV a influência que a mídia exerce no comportamento dos políticos e sua importância na Esfera Pública, pois de acordo com Habermas (1999) essa de novo se transformou com o desenvolvimento dos meios eletrônicos de massa, com a importância recente da publicidade, a assimilação crescente da informação, a centralização reforçada em todos os domínios, o declínio da vida associativa liberal, dos espaços públicos locais.

“[...] Disso resultou uma nova categoria de influência, o poder midiático, que, utilizado de maneira manipuladora, roubou a inocência do princípio de publicidade. O

espaço público, que é, ao mesmo tempo, pré-estruturado e dominado pelos mídia de massa, tornou-se uma verdadeira arena vassalada pelo poder, no seio da qual se luta por temas, por contribuições, não somente para a influência, como também para um controle dos fluxos de comunicação eficazes. (HABERMAS, 1999, p. 16).”

Segundo Wolton (1995), o espaço público é um espaço simbólico onde se opõem e são respondidos os discursos, em sua maioria contraditórios, realizados por diferentes atores políticos, sociais, religiosos e outros. É um espaço que precisa de tempo para formar um vocabulário e valores comuns que tenham legitimidade para deliberação na sociedade. Por isso, a importância adquirida pelo espaço mediático faz com que os atores se reportem aos mass media para legitimar seus discursos. Habermas (1999) reforça essa ideia dizendo que o espaço público tornou-se um espaço de luta por temas, não somente para a influência, como também para um controle de fluxos de comunicação eficazes.

A programação da TV Câmara Natal, conforme o site da emissora, é bem diversificada, com destaque para alguns programas: Câmara Repórter; Câmara Esportiva; Câmara Verde; Com a Palavra; Comitê de Imprensa; Pensando Bem; Tela de Justiça; Direto ao Ponto; Papo & Prosa; Plenário em Ação; Viver com Saúde; Agora & Sempre; TV Fisco em Pauta; Temos ainda: Educação em Pauta; TJRN Notícias; Justiça e Você; Sessão do Pleno do TJRN; Quinta Jurídica; Cooperativismo em Pauta; Amarn; Justiça Eleitoral na TV; Marinha do Brasil.

Na programação consta ainda uma gama de programas, classificados de Interprogramas, que são exibidos ao longo da programação como: Momento Cultural; Meu Bairro; Pontos Históricos; Faça o Bem; Você Sabia? Dicas TV Câmara; Tá Explicado; Agora é Lei; Ação nos Bairros; Por Dentro da Câmara; Notícias da Câmara; Perfil Parlamentar; Câmara em Dia; Doc Natal.

Considerações

Os estudos hoje sobre a televisão se dirigem à relação entre os textos televisivos e os contextos culturais onde são realizados. Por isso, a televisão é considerada por muitos estudiosos uma das mídias mais influentes (RINCÓN, 2002).

Dentro dessa configuração, temos a TV Câmara Natal, uma tevê legislativa que mudou completamente o espaço político. Como constatamos nessa pesquisa, o espaço midiático precisa ser visto como uma instância de competição na luta pela definição e construção da realidade social, sendo assim, o problema dos media

continua merecedor de uma boa reflexão, principalmente em relação à educação (CORREIA, 2010).

Nesse sentido, concordamos com Martín-Barbero (2001, p. 41) quando defende que a TV se constitui em ator decisivo das mudanças políticas, “em protagonista das novas maneiras de fazer política, ao mesmo tempo em que é nela que o permanente simulacro das sondagens suplanta a participação cidadã e onde o espetáculo trapaceia até dissolver o debate político”.

Para Orozco-Gómez (1996; 2001) a televisão não é um meio todo poderoso como se acreditou durante muito tempo, mas também não é um meio neutro e sem importância. Não é neutro porque a tevê não é apenas um meio, mas é também uma instituição e como tal está necessariamente presente de maneira específica nas distintas sociedades. Na verdade, a tevê representa um papel que embora não seja determinante é importante. Não é por acaso que ela atualmente, na maioria dos países, esteja nas mãos do grande capital e exista assim graças às alianças com o poder político, conformando o bloco do poder.

Sendo assim, na fase inicial dessa pesquisa podemos constatar que a uma das principais funções das TVs Legislativa é proporcionar ao cidadão a participação na esfera pública, a partir do debate político. A TV se torna o eixo da reflexão social e o meio de maior incidência sobre as agendas públicas, sobre as formas da política, sobre os estilos de produzir saber e sobre as maneiras de compreender o mundo (BOURDIEU, 1997; SARTORI, 2001).

A TV Câmara Natal se tornou um diferencial do trabalho do Legislativo, a partir do momento que interfere no comportamento dos vereadores. Como exemplo, destacamos as seções que hoje por causa da presença da TV, praticamente não são esvaziadas, conforme depoimento da diretora (COELLI, 2017). A chegada da TV Câmara deu mais transparência ao trabalho legislativo, fazendo com que os vereadores se preocupem mais com sua presença no plenário, nesse sentido, a TV Câmara Natal se tornou um marco. A Câmara passou a ser mais participativa, os vereadores passaram a se preocupar mais com a imagem. No entanto, ainda há um trabalho grande pela frente em que a educação precisa tomar para si a responsabilidade da conscientização cidadã do público em relação uso dos meios de comunicação, principalmente com os mais jovens.

REFERÊNCIAS

- AVRITZER, L.; COSTA, S. Teoria crítica, democracia e esfera pública: concepções e usos na América Latina. In MAIA, Rousiley; CASTRO, Maria Céres Pimenta Spínola (Orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 63-90.
- BAHIA, L. M. **Rádios comunitárias**: mobilização social e cidadania na reconfiguração da esfera pública. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- COELLI, V. **Entrevista I** [jul. 2017]. Entrevistador: Denise Cortez da Silva Accioly. Natal, 2017.
- CORREIA, J. C. **Novos desafios ético-políticos do espaço público mediatizado**. Disponível em <<http://www.apfilosofia.org/document>>. Acesso em 17 de abril de 2010.
- GOMES, W. Apontamentos sobre o conceito de esfera pública política. In MAIA, R; CASTRO, M. C. P. S. (Orgs.). **Mídia, esfera pública e identidades coletivas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p.49-61.
- HABERMAS, J. **Teoria de la acción comunicativa I** - Racionalidad de la acción y racionalización social. Madri, Espana: Taurus, 1989.
- _____. **O Espaço Público 30 anos depois**. Caderno de Filosofia e Ciências. Humanas. Ano III – n.º 12 Abril/99 – Unicentro / BH, 1999.
- _____. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2. ed. Tradução Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003a.
- _____. **Direito e democracia**: entre facticidade e validade. Volume II. 2. ed. Tradução Flávio Beno Siebeneichler. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003b.
- LEMOS, C. R. F., CARLOS M. de B., BARROS, A. T. TV Câmara, TV pública? As TVs legislativas na transição para a plataforma digital. Disponível em <http://www.compolitica.org/home/wp-content/uploads/2011/01/gt_csc-claudia.pdf>. Acesso em junho de 2017.
- MARQUES, Â. C. S. **Os meios de comunicação na esfera pública**: novas perspectivas para as articulações entre diferentes arenas e atores. Líbero - Ano XI - n.º. 21 - Jun. 2008.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Tradução Jacob Gorender. São Paulo: Editora Senac, 2001.
- OROZCO-GÓMEZ, G. **Televisión y audiencias**: un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones De La Torre, 1996.
- _____. **Televisión, audiencias y educación**. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma, 2001.
- RINCÓN, O. **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. Tradução Dolores Montero e Maria Carbajal. São Paulo: Friedrich-Ebert-Stiftung, 2002.
- SANTOS, M. de L. dos. **Breve história da TV legislativa no Brasil**: raízes e origens. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2006, Brasília, DF. Anais. Brasília: Universidade de Brasília, 2006.
- SARTORI, G. **Homo videns**: televisão e pós-pensamento. Tradução Antonio Angonese. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- WOLTON, D. **As contradições do espaço público mediatizado**. Revista de Comunicação e Linguagens, n. 21-22, p.167-188, 1995.

Equidade e Televisão Pública: Uma análise sobre os efeitos da aplicação do Estatuto da Igualdade Racial no Programa Nação, direcionado ao público Negro da TVERS¹

Wagner Machado da Silva²

Resumo

O presente artigo tem por objetivo suscitar a reflexão sobre a comunicação e a igualdade na televisão pública, sobretudo no Rio Grande do Sul. Para tanto, a pesquisa faz uma análise dos efeitos do Estatuto da Igualdade Racial no Programa Nação, direcionado ao público negro da TVERS. A partir do concurso público de 2014 – o primeiro pelo sistema de cotas raciais –, realizado pelo governo estadual, houve a contratação de jornalistas negros, contribuindo no fortalecimento, empoderamento e pertencimento da identidade étnica afro-brasileira, ações que permeiam o imaginário desse premiado programa e da emissora. Porém, em nome da austeridade fiscal, o atual governo optou pelo fim da fundação que gere a TVERS, o que está ocasionando a demissão dos funcionários públicos e consequentemente a extinção do Nação.

Palavras Chave: TVERS; comunicação pública; equidade; negro; Programa Nação.

Abstract

This article aims to provoke reflection about the communication and the equality in the public television, mostly in the Rio Grande do Sul. In order to do so, the research analyzes the effects of the Statute of Racial Equality in the tv show Nação, which aims the Black public of TVERS. Since the first civil service examination with the racial quotas system performed by the state government in 2014, black journalists were hired. They are contributing with fortification, empowerment and belonging of the Afro-Brazilian ethnic identity, strategies that became part of this awarded tv show and channel imaginary. However, because of the fiscal austerity, the current government chose to close the foundation that manages the TVERS, leading to the dismissal of civil servants and, consequently, the Nação extinction.

Keywords: TVERS; public communication; equity; black; tv show Nação.

O PROGRAMA NAÇÃO NA TVERS

Quem já olhou com afinco a programação televisiva, percebe que o espaço e papéis sociais destinados à população afrodescendente, de maneira geral, limita-se a serviços, moradores de periferias, malandros e criminosos. Pesquisas como a que consta no livro “A negação do Brasil: o negro na telenovela brasileira” (2001), do autor Joel Zito Araújo, afirmam que esse estereótipo ainda é perpetuado também nas notícias televisivas, contribuindo para a consolidação de tais restrições. Imagine o seguinte exercício: remover o som da televisão e exibir apenas imagens para um telespectador de outro país. Ele, possivelmente, acreditaria estar na Europa ou, então, que os negros estão fadados às notícias negativas, sem serem representados, de forma mais constante, em programas de cunho positivo.

“[...] a identidade da pessoa negra traz do passado a negação da

tradição africana, a condição de escravo e o estigma de ser objeto de uso como instrumento de trabalho. [...] A cor da pele e as características fenotípicas acabam operando como referência que associam de forma inseparável raça e condição social, o que leva o negro à introdução de um julgamento de inferioridade [...] (SOUZA, 2005, apud DOURADO, 2007, p. 7).”

Quando alguém questiona qual é a etnia predominante entre garís, domésticas, serviços gerais, a imagem que vem à mente, via de regra, é a de um negro. Isso ocorre porque se passou um longo tempo para que o governo procurasse alterar os resquícios da escravidão e, pode ser ainda mais lenta, a percepção de que essa realidade deve ficar no passado. Ainda assim, há indícios de mudança também na classe que faz parte da construção da imagem da população: os comunicadores. Esse fato pode ser observado a partir

do ocorrido em 2014, quando, após mais de uma década de sucateamento, a Televisão Educativa (TVE), realizou processo seletivo para contratar 98 novos profissionais (17 jornalistas, 12 repórteres de rádio e TV e 12 produtores executivos de rádio e TV); desses, 16% são negros, que, possivelmente, devem colaborar para a mudança da pouca valorização da etnia.

Diante de tal contexto de desvalorização e quase invisibilidade de programas televisivos gaúchos que ressaltem a identidade negra – como prevê o Estatuto da Igualdade Racial – o foco dessa pesquisa pretendia vasculhar o universo da TVERS, avaliar, questionar e descobrir se, os dados que o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam, dando conta de que a população negra no Estado é de 16% – percentual pequeno comparado aos 53% em todo o país – são, de fato, representados nesse espaço midiático. O Estado destaca-se ainda, em termos proporcionais, pelo número de pessoas pertencentes às religiões afro-brasileiras.

¹ Artigo apresentado no GP Comunicação e Cidadania do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado em Caxias do Sul, no ano de 2017

² Mestrando em Comunicação na PUCRS, também é graduado em Jornalismo pela mesma instituição de ensino. É servidor do Núcleo de Apoio a Eventos e Comunicação da Faculdade de Educação (Faced) da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e participa do Grupo de Estudos sobre Imaginário, Sociedade e Comunicação (Geisc/PUCRS) e do Grupo de Pesquisa Tecnologias do Imaginário (PUCRS)

³ Lei Nº 12.288, de 20 de julho de 2010, institui o Estatuto da Igualdade Racial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12288.htm>. Acesso em: 7 mar. 2018.

Segundo o IBGE, no ano 2000, 1,62% da população gaúcha declarou-se adepta aos cultos afro-brasileiros, contra 1,31% no Rio de Janeiro, que ocupava o segundo lugar, atrás da Bahia. Em âmbito nacional, 0,3% da população declarou-se pertencente à religião afro-brasileira. A capital gaúcha, Porto Alegre, é conhecida ainda por situar o primeiro quilombo urbano no país, reconhecido pelos órgãos federais e, conta ainda, com outras três comunidades dessa natureza, dentro de seu território, em busca do reconhecimento e regularização das terras junto ao poder público. Na região metropolitana, há também, outras seis comunidades que desejam a titulação de quilombo.

O ponto salutar que delimitava a pesquisa pretende compreender se os jornalistas (repórteres, editores, produtores e apresentadores da TVERS) conseguem refletir sobre as produções, através de mecanismos de monitoramento e desenvolvimento das relações sociais dessa parcela da população que, por longo tempo, aparece estigmatizada, depreciada, desumanizada e adjetivada pejorativamente.

A pergunta norteadora e questão central era: a presença dos negros na TV, com matérias direcionadas, programa específico, tem ajudado na construção do pertencimento, valorização e melhora da autoestima dessa população? Partindo-se da premissa, onde há informação há ideologia, pretende-se verificar se no programa Nação – criado em 2011, com foco voltado à história e a cultura negra – há proposta de reflexão sobre os valores e conceitos civilizatórios da ancestralidade africana na mídia gaúcha.

O mérito de análise e divulgação do programa encontra-se na apresentação de temas relacionados à história, à cultura e à diáspora africana; com conteúdo reflexivo e simples, procura desfazer a imagem errônea de que, no Estado do Rio Grande do Sul, não houve herança e contribuição significativa da população negra. Além disso, mais do que elevar a autoestima dessa população, o programa tem foco na ressignificação histórica e cultural gaúcha e contribui como subsídio à implementação da Lei 10.639/03, que determina a inclusão da história da África e da cultura afro-brasileira nos currículos das escolas.

Além do recente histórico de escravidão, com reflexos perceptíveis no que se refere à inferioridade socioeconômica e cultural em que a população negra brasileira está inserida, acredita-se que essa mesma etnia luta contra o racismo midiático, que, muitas vezes, pode criar e acentuar os preconceitos. Sendo assim,

o presente estudo pretendia verificar se o programa, que conta com repórteres e apresentadores ligados ao movimento negro, tem conseguido impulsionar e qualificar o reconhecimento dos espectadores, bem como, saber quem são esses profissionais.

Além da invisibilidade dos programas jornalísticos, percebe-se um abismo – no que tange às imagens de negros em posição que não fossem de submissão – nas telenovelas, programas jovens, desenhos animados e tantos outros aspectos da mídia – e, isto também interferia no imaginário desse pesquisador e de qualquer pessoa que quer se sentir valorizada, mas não se vê na televisão. O Estado do Rio grande do Sul com o segundo menor percentual de negros do país e hegemônica colonização europeia, justifica-se a pesquisa sobre o fato da TVERS, por força da Lei 13.694/2011 ter cota racial e, em razão do Estatuto da Igualdade Racial, ser obrigada a destinar parte da programação para essa parcela da sociedade, justamente para impulsionar a questão de pertencimento daqueles que por muito tempo ficaram à margem e não foram retratados como deveriam nos meios de comunicação. Assim, com esse novo panorama, talvez a realidade evidenciada na primeira pesquisa tenha sofrido alteração e muitos se sintam representados por parte da programação massiva que a televisão possibilita.

“O Estatuto da Igualdade Racial propõe assegurar que a produção veiculada pelos órgãos de comunicação valorize a herança cultural e a participação dos afro-brasileiros na história do País. Os filmes e programas veiculados pelas emissoras de televisão deverão apresentar imagens de pessoas afro-brasileiras em proporção não inferior a 25% do número total de atores e figurantes, o que deverá ser respeitado também no teatro, cinema e propaganda”. (PAIM, 2006).”

Uma lei em prol da igualdade racial foi sancionada em julho de 2010. O Estatuto da Igualdade Racial começou a ser discutido em 2000 com o Projeto de Lei nº. 3.198/00 de autoria do senador gaúcho Paulo Paim e em 2003 foi debatido no Congresso Nacional com o PL 213/03. O texto de 2006 trazia ações que visavam a garantia de direitos fundamentais e igualitários à população afro-brasileira. Dentre os objetivos que podemos destacar: “os direitos fundamentais das mulheres negras; a herança cultural e a

participação dos afro-brasileiros na história do país que será garantida pela produção veiculada pelos órgãos de comunicação; políticas voltadas para a inclusão de afro-brasileiros no mercado de trabalho”.

“Todos sabemos que a cor não determina a capacidade de um ser humano, ela é apenas uma diferença, assim como o tamanho dos pés, como a cor dos olhos, como a altura, como a forma dos cabelos. Temos orgulho de sermos o que somos, mas é vergonhoso vivermos em um mundo onde os negros são tratados como seres inferiores. Lamentamos pelo atraso e pelas marcas que esse tratamento, sinônimo de desumanidade, registram na história da nossa Nação. A fim de eliminarmos o racismo, o preconceito e as discriminações, muito tem sido feito, mas ainda há muito a se fazer. Atualmente estamos articulando a aprovação do Estatuto da Igualdade Racial na Câmara dos Deputados. A resistência faz com que recordemos as dificuldades dos abolicionistas do passado (PAIM, 2006).”

O projeto sofreu várias modificações durante os quase dez anos de tramitação até ser aprovado pela Câmara dos Deputados em setembro de 2009. O Estatuto da Igualdade Racial foi aprovado após acordo entre governo e oposição e com a retirada de pontos considerados polêmicos no texto original, como a regularização de terras quilombolas e um percentual de atores e figurantes negros para programas de TV. Esse último faz alusão direta ao tema dessa dissertação, já que também discute sobre o espaço que o negro ocupa na teledramaturgia brasileira. Na época, entre as ações destacadas por Paim no texto de 2006 está que “o sistema de cotas buscará corrigir as inaceitáveis desigualdades raciais que marcam a realidade brasileira”, porém esse foi um dos pontos modificados no texto aprovado na Câmara.

O Estatuto da Igualdade Racial teve o texto final sancionado pelo presidente da época, Luís Inácio Lula da Silva, após quase um ano de sua aprovação no Congresso, mas muitos consideram que a aprovação do estatuto já é uma vitória, pois mostra que o Brasil reconhece que o preconceito e a desigualdade estão presentes na sociedade como destacou o antropólogo Kabengele Munanga (2010).

“O documento foi praticamente desfigurado. O fato de reconhecer que há preconceito no Brasil e

4 Programa Nação da TV Educativa (TVE), produzido no Rio Grande do Sul tem também exibição nacional pela TV Brasil, apresenta reportagens, documentários e debates sobre a cultura popular negra, com exibição semanal às sextas-feiras, às 23h Disponível em <<http://www.tve.com.br/programas/nacao/>>. Acesso em: 07 mar. 2018.

5 Lei nº 10.639, de 9 de janeiro de 2003, Altera a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, que estabelece as diretrizes e bases da educação nacional, para incluir no currículo oficial da Rede de Ensino a obrigatoriedade da temática “História e Cultura Afro-Brasileira”.

6 Lei nº 13.694, de 19 de janeiro de 2011, instituiu o Estatuto Estadual da Igualdade Racial. Disponível em <<http://www.al.rs.gov.br/filerepository/repLegis/arquivos/13.694.pdf>>. Acesso em: 7 mar. 2018.

7 Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=19262>> Acesso em: 05 mar. 2018

que algo precisa ser feito já é alguma coisa. Mas o texto não contempla a expectativa da população negra, porque um dos problemas do Brasil – a ausência de igualdade – foi removido (MUNANGA, 2010).”

O texto de 2006 trazia no capítulo IX que trata dos meios de comunicação a distribuição de cotas para atores e figurantes negros em produções a serem veiculadas pelas emissoras de televisão, em especial às mulheres negras, visando garantir uma mistura de etnias na programação para fortalecer a cultura afro. O capítulo abrangia também a publicidade a ser veiculada na TV e em salas de cinema através do artigo 75.

Art. 74. Os filmes e programas veiculados pelas emissoras de televisão deverão apresentar imagens de pessoas afro-brasileiras em proporção não inferior a vinte por cento do número total de atores e figurantes.

§ 1º Para a determinação da proporção de que trata este artigo será considerada a totalidade dos programas veiculados entre a abertura e o encerramento da programação diária.

§ 2º Da proporção de atores e figurantes de que trata o caput, metade será composta de mulheres afro-brasileiras. (PAIM, 2006).

A tentativa de lei, através das cotas, era uma tentativa de vermos mais atores negros não só nas novelas e programas televisivos, mas em todo tipo de programação e publicidade veiculada pelos meios de comunicação, inclusive revistas de beleza e moda que também quase não valoriza a diversidade existente em nosso país.

Art. 44. Na produção de filmes e programas destinados à veiculação pelas emissoras de televisão e em salas cinematográficas, deverá ser adotada a prática de conferir oportunidades de emprego para atores, figurantes e técnicos negros, sendo vedada toda e qualquer discriminação de natureza política, ideológica, étnica ou artística (ESTATUTO DA IGUALDADE RACIAL, 2010).

A mídia de forma geral, em especial a televisão, na tradicional e atual plataforma por ser mais massiva, pois consegue potencializar comportamento e ideias, construindo ou desconstruindo conceitos. Sodré (2015), quando fala sobre o discurso da grande mídia, destaca que ela sempre se desenvolveu como “um bem patrimonial e os sujeitos econômicos da indústria da informação são predominantemente famílias. Ou seja,

já que os meios de comunicação são gerenciados com finalidade comercial, o interesse público torna-se secundário e o cidadão vira consumidor.”

“A mídia é o intelectual coletivo desse poderio, que se empenha em consolidar o velho entendimento de povo como público, sem comprometer-se como causas verdadeiramente públicas nem com a afirmação da diversidade da população brasileira (SODRÉ, 2015, p. 277).”

À medida que a pesquisa para esse artigo foi aumentando, novidades negativas surgiram e os objetivos do estudo (Compreender se, a presença dos negros na TV, com matérias direcionadas, o programa específico, tem ajudado na construção do pertencimento, valorização e melhoria da autoestima; Identificar os principais conteúdos exibidos, apontando os temas pertinentes na exibição do programa no período de um ano e, sobretudo, compreender os efeitos do Estatuto da Igualdade Racial na formação da equipe da emissora pública) começaram a ficar secundários, pois houve o início do desmonte da TVERS e a gradativa extinção do programa, que ainda resiste, mas está com menos produção e com troca da equipe de profissionais. A expectativa é que até o final de 2018, todos os funcionários sejam demitidos, sendo que mais de 40 participaram do Programa de Demissão Voluntária, já que são celetistas e não estatutários.

O FIM DA TVERS?

Não é novidade que a cada quatro anos a comunicação televisiva do estado tem um recomeço. Quem conhece o retrospecto político gaúcho sabe que não há tradição de continuísmo no âmbito estadual e, por isso, periodicamente o governador deixa o Palácio Piratini e leva consigo os cargos em comissão e praticamente todo o plano de comunicação que, possivelmente tenha sido elaborado ao longo da gestão. Dessa forma, assim como em outras esferas do poder, praticamente todo o trabalho anterior é repensado e refeito, gerando retrabalho, portanto, prejuízos.

Reflexo dessa inconstância, a mudança sazonal de estratégia resulta em uma programação, por vezes, inconstante e não fidelizadora. Quase sempre que um gestor entra na TVERS, por exemplo, cria-se uma nova diretriz e um pensamento, perde-se tudo ou parte do que já foi realizado. Tais fatos poderiam ser minimizados, pois na fundação existem funcionários públicos de carreira que vivenciaram a realidade ao longo dos anos e poderiam ser aproveitados para manter minimamente o fio

condutor da comunicação.

Ao completar dois anos de governo, em 2016, o chefe do estado, José Ivo Sartori, afirmou que o Rio Grande do Sul vive uma situação de “calamidade financeira” para justificar a fusão de muitas secretarias, extinção de fundações e companhias, privatização de empresas públicas, demissão de servidores e aumento da alíquota previdenciária. Somente na TVERS, 200 funcionários públicos, com regime da Consolidação das Leis Trabalhistas, serão demitidos.

“A Fundação Piratini tornou-se insustentável por vários motivos. Um deles é o custo da folha de pessoal, que era de R\$ 12,5 milhões em 2010 e saltou para R\$ 27,9 milhões em 2015 – um aumento de 123% em apenas quatro anos. A inflação no período foi de aproximadamente 25%. Incluindo o 13º salário, a folha da Fundação custa R\$ 32 milhões por ano. (GOVERNO RS, 2016)”

No site do governo do Rio Grande do Sul, após aprovação do pacote de medidas austeras, Sartori destacou, sem detalhar, que não haverá extinção das emissoras públicas de rádio (FM Cultura) e televisão (TVERS). Segundo ele, o fim da Fundação Piratini, que administra a TVERS e a FM Cultura, não significaria o término da televisão e do rádio, pois concessões das emissoras seguirão em vigor, sob responsabilidade da Secretaria de Comunicação. No entanto, ainda que, por força da Justiça os trabalhadores não tenham sido demitidos e extinção consolidada, alguns programas da rádio e da TV já foram dizimados, outros tiveram a duração reduzida e vários contratos com apresentadores terceirizados não foram renovados, enquanto outros cargos em confiança foram contratados, gerando desconforto entre os trabalhadores. Além disso, também foi desligado o sistema de transmissão analógica para Porto Alegre e Região Metropolitana, um ano antes do prazo estipulado pelo Ministério da Ciência e Tecnologia. O atual presidente da Fundação Piratini, Orestes de Andrade Júnior, contudo, assegura que o governo irá manter as duas estruturas, em parcerias com universidades, entidades e produtoras de conteúdo.

“As emissoras continuarão com seu caráter público, com programação educativa, cultural e informativa. A intenção do governo do Estado, por meio da Secretaria de Comunicação, é desenvolver um modelo de gestão que não tenha custo para o Estado. A ideia é construir um sistema de sustentação comunitária para manter as funções das emissoras públicas. (GOVERNO RS, 2016)”

Em sua fala de apresentação do pacote de medidas, o governador Sartori citou uma das principais defensoras do neoliberalismo e do Estado mínimo, a ex-primeira ministra britânica Margaret Thatcher, para justificar as propostas. “Não existe dinheiro público, existe apenas dinheiro dos pagadores de impostos e das famílias”, afirmou.

Na prática, embora os argumentos do governador financeiramente sejam bem concretos, não há uma diretriz formatada quanto ao futuro dessa comunicação no Rio Grande do Sul. Além disso, mais do que visível sucateamento dos equipamentos da emissora, não houve renovação do último concurso público realizado em 2014. Em consequência disso, nenhum novo chamamento de funcionário aprovado no processo seletivo, mas houve contratações de pessoas com vínculo político em cargos de comissão. À medida que se tem a percepção de que a TVERS é uma estrutura estatal a serviço do estado, nota-se que deixa de ser uma comunicação pública que deveria, de forma democrática, levar informação e cultura para a sociedade, dando voz a todos de forma plural, fato que nem sempre ocorre na iniciativa privada.

De acordo com Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a TVERS atinge mais de 6,5 milhões de pessoas e, com os investimentos que estavam previstos, deveria alcançar um total de 8 milhões de habitantes em todo o estado nos próximos anos. O desmonte e ataque sistemático à comunicação “pública ou estatal”, porém, não é restrito ao Rio Grande do Sul. Recentemente, a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), passou pela extinção de seu conselho curador e pela reorientação de sua programação para um perfil pró-governo. Em São Paulo, na TV Cultura, ocorreu a demissão massiva de funcionários, corte de recursos, encerramento de programas de alta qualidade, compra de conteúdo de veículos privados sem qualquer critério, entre outros. Em Minas Gerais, a Rede Minas é o alvo da vez, pois nesse estado também ocorreu outro processo de intervenção governamental que resultou na demissão de gestores, interrompendo a continuidade de um projeto de comunicação pública, que deveria ser pautado pela autonomia editorial, a diversidade e a pluralidade de conteúdo.

Embora se use o conceito de televisão pública desde os anos 90, na prática, o Brasil não tem uma televisão pública que, de fato, faça a mediação entre o Estado e a sociedade. Nem mesmo a TV Brasil, da Empresa Brasileira de Comunicação consegue alcançar esse horizonte, pois para isso seria necessário uma independência financeira e au-

tonomia de gestão, fatos que ainda estão distantes de se tornarem realidade.

“Os conteúdos gerados pela televisão pública devem refletir a heterogeneidade social, além de colocar a cultura de forma ampla, nos produtos realizados, isto é, nos programas televisivos”. (LOPES, 2015, p. 54)

A televisão estatal, de fato, poderá alcançar o patamar de televisão pública, quando forem viabilizadas novas formas de financiamento para assegurar a independência, capacidade de produção e programação. No caso da TVERS, ainda que em uma avaliação preliminar, ao que se percebe, sobretudo no momento atual, a emissora é estatal, mas se entende como pública e educativa, possivelmente por ser sustentada por verbas públicas.

Conforme relatado na tese de 2002 de Cristiane Finger “TVs públicas & TVs privadas: ética e ideologia do controle dos meios de comunicação”, os interesses públicos tornam-se secundários na TVERS quando as pautas estatais se impõem. Ao analisar o discurso do governo durante os telejornais, comparando com outras emissoras, inclusive privadas, a jornalista percebeu que existiam variantes bem intensas e ideológicas nas categorias segurança e lazer, eventos e cultura. Em resumo, segundo o estudo, é perceptível a dependência extrema da emissora do estado, ficando sempre condicionada as políticas governamentais e partidárias.

“Os eventos de cultura praticamente não interessam aos telejornais das emissoras comerciais, mas na televisão educativa eles são cobertos com destaque; o problema é que só existe cultura vinculada à esfera governamental” (FINGER, 2002, p. 152)

Diferente do que Ivonete Lopes destaca no capítulo sobre televisão Pública: Conceitos e Princípios (2015), no Brasil, o tema da televisão pública não tem ganhado mais relevância na agenda política. Enquanto em outros países têm se percebido o potencial dos meios públicos de comunicação para proporcionar aos cidadãos o acesso mais equitativo, no Brasil os meios mercantis, que não conseguem ser plurais, estão se destacando em detrimento da televisão pública.

“O produto da televisão pública é a programação. E essa programação não deve ser avaliada pela quantidade de audiência, mas por sua qualidade ou necessidade. Portanto, o critério da televisão pública não é o da audiência universal, mas do “universo da audiência, num senti-

do geral, a televisão pública deve formar e informar o telespectador” (LOPES, 2015, p. 46)

REFERÊNCIAS:

ARAÚJO, Joel Zito. **A negação do Brasil.** O negro na telenovela brasileira. 2.ed. São Paulo: Senac, 2004

CÁDIMA, Francisco Rui. **Reflexão sobre a Televisão Pública Europeia no contexto de transição para o Digital.** (183-204). In: FREIRE FILHO, João; BORGES, Gabriela (orgs.). Estudos de Televisão: Diálogos Brasil-Portugal. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FINGER, Cristiane. **TVs públicas & TVs privadas: ética e ideologia do controle dos meios de comunicação.** 2002. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Faculdade de Comunicação Social, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002

FURTADO, Jorge Alberto. Depoimento. In: JORGE, Jairo. **A cidadania em uma TV Pública: análise da programação da TVE/RS.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Porto Alegre, 1993. 159 p. (Monografia).

LOPES, Ivonete da Silva. **TV Brasil e a construção da rede nacional de televisão pública.** Jundiaí: Paco Editorial, 2015.

MACHADO, Wagner Machado da Silva. **A (in) visibilidade do negro no telejornalismo gaúcho.** 2009. 90 f. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2009.

MUNANGA, K. **Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia.** In: SEMINÁRIO NACIONAL RELAÇÕES RACIAIS E EDUCAÇÃO-PENESB. Rio de Janeiro, 2003. Anais... Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: <<http://www.acaoeducativa.org.br/downloads/09abordagem.pdf>>.

Acesso em: 10 de fev. de 2018. SODRÉ, Muniz. **Mídia & Racismo: um pé fora da cozinha.** IN: CARRANÇA, Flávio; BORGES, Rosane da Silva, **Espelho Infiel: o negro no jornalismo brasileiro.** Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2004.

SODRÉ, Muniz. **A máquina de Narciso – televisão, indivíduo e poder no Brasil.** Rio de Janeiro: Achiamé, 1984.

Os “modos” do documentário, e seus limites

Julio Wainer¹

Resumo

Este artigo procura localizar a importância da classificação proposta por Bill Nichols para documentários, e seu impacto na comunidade universitária. Pretende dar pistas de como os “modos do documentário”, tal como propostos no livro *Introdução ao Documentário*, podem ajudar equipes universitárias de produção de documentários bem como aos professores que os orientam.

Palavras-chave: documentários; ensino; projeto; modos do documentário.

Os documentários são, no espectro da programação das TVs universitárias, uma presença constante, abrangente e volumosa. Não por menos. Se é um lugar que esse gênero merece destaque é justamente naquele canal audiovisual que se dedica a pesquisa, ao ensino e a extensão do conhecimento. Uma das tarefas das TVs universitárias é dar espaço à produção audiovisual dos estudantes, ora trazendo um tema ou abordagem nova, ora elaborando os elementos audiovisuais de forma criativa, e às vezes apenas apresentando um programa competente, sem que seja necessariamente inovador. Os estudos sobre documentários estão dentro desse espectro. No âmbito de uma universidade, importante é não somente dar condições e acompanhamento do programa audiovisual, o filme, mas fazê-lo pensar sobre essa produção. Bons filmes acontecem por diferentes motivos: talento, oportunidades, química entre os envolvidos e também uma boa orientação, naturalmente. O bom projeto audiovisual, no entanto, nos parece particularmente desafiador, pois refere-se à toda uma carreira profissional a ser construída, e não apenas ao desafio do próximo filme. Na bibliografia do documentário, um nome é obrigatório: Bill Nichols, escritor contemporâneo estadunidense.

Não foi sem certa ousadia que Nichols publicou no capítulo seis de seu livro modestamente chamado de “Introdução ao Documentário” os modos em torno dos quais os documentários se organizariam².

Até então, escritores com razoável presença pública não haviam se atrevido a tentar uma classificação do gênero documental. Não bastando a intensa transmutação ao longo das décadas, o movimento do documental é povoado por uma incorrigível atitude crítica, avessa a definições ou quaisquer iniciativas

que sequer ameacem cristalizar o que se pretende como espaço por excelência de criação, questionamento e intervenção na realidade. Ora, se esta realidade, o nosso mundo físico, torna-se cada vez mais complexo, com camadas sobre camadas de significações se revelando, algumas falsas pistas, algumas propositalmente colocadas para confundir, como poderia uma classificação dar conta de todas as tentativas de representação?

A recepção dos “modos” do documentário, tal como publicado por Bill Nichols foi recebido com natural ambivalência na Universidade. De um lado, o pensamento acadêmico mais crítico tratou com indiferença, uma certa desconfiança, e até mesmo algum mal-estar. Seria cabível uma classificação? Se sim, aquela classificação se sustentaria? Uma classificação oriunda da América do Norte, referenciada nos filmes de lá, faria sentido no Brasil? Aliás, para que um esforço nesse sentido, na contracorrente do pensamento complexo?

Em outra ponta da academia, a tentativa foi recebida com festejo. Ora, os cursos de cinema se multiplicam no Brasil (se eram em 14 os cursos realmente atuantes em 2003, em 2011 chegavam a 53 segundo o FORCINE) e necessitam de textos claros e resumidos sobre o documentário. Texto aceito, essa relativa massa de estudantes de cinema já teria “pontos” delimitados para estudar para a prova, as apostilas teriam conteúdos breves e assertivos, e os professores poderiam anotar como “certo” ou “errado” questões de avaliação, sem muito nelas se deterem. Ironias à parte, reconhece-se a facilidade que uma classificação traz, quando trazida por um autor reconhecido e respeitado como Nichols. Com efeito, se foi de fato uma simplificação, foi também fruto de uma intensa maturação, de quem antes não primava por textos de gestão rápida ou universal, e sim densos.

O recorte dos “modos”

Nichols buscava a voz dominante em cada documentário. Não a necessariamente voz over (onisciente, onipresente, a “voz de Deus”) ou qualquer indicador formal, tipo um entrevistado ou protagonista do filme, mas o ponto de vista social, a maneira como o filme nos fala e organiza o material que nos apresenta (NICHOLS, 2005). Todo o filme tem uma voz, ainda que essa nem sempre seja evidente, facilmente determinável. Nichols, enfim, tem na atitude do documentarista perante seus objetos como sendo o ponto de chegada, o diferencial que separa e agrega os tipos de documentários. Não foi algo inédito: Erik Barnouw, historiador de mídia, naquele que ainda é o mais popular livro de história do documentário, já havia nomeado os capítulos de seu livro de acordo com a natureza da ação que cineastas desempenharam frente à sociedade: profeta, explorador, repórter, pintor, defensor, corneteiro, promotor, observador, catalisador, guerrilheiro (BARNOUW, 1983). O estabelecimento de possível agrupamento dos documentários não teria a ver com o eixo temático (natureza, intervenção social, avanço científico ou algo assim) e muito menos com os recursos narrativos que usava (voz over de narrador, uso de imagens de câmera ou gráficos explicativos, etc). O documentário, essa categoria em vias de afirmação no universo cinematográfico, tanto para Barnouw como para Nichols, existia de acordo com a atitude que seu autor tem perante a realidade que investiga e/ou que quer transformar.

Os “modos”

No seu livro “Representing Reality”, publicado em 1991 nos Estados Unidos, Bill Nichols apontava quatro modos do documentário, ainda sem a convicção

¹ Mestre e doutor em Comunicação e Semiótica. Professor do Depto de Jornalismo da PUC SP; sócio-diretor da Academia internacional de Cinema, onde também é responsável pelos cursos de documentário. É o diretor da TV PUC SP. Contato: julio@tvpuccom.br

² O livro *Introdução ao Documentário* possui duas edições originais em inglês, 2001 e 2010. A edição de 2010 atualiza a filmografia, e faz menções à Internet e suas formas de entregar documentários. Os “modos” nessa edição ganham mais volume de texto e desdobram-se em dois capítulos. Inclui, ainda, um capítulo com tentativa de definição do Documentário.

de que estivesse dando conta de todo o espectro de possibilidades. Eram eles (atualizados pela nomenclatura de 2001, quando lançou “Introdução ao Documentário”):

. O modo *expositivo*. Procura explicar coisas do mundo, para uma audiência crente nos conteúdos transmitidos e confiante na acuidade do realizador (ou casa realizadora). É o modo avassaladoramente presente nos canais de TV com documentários (tipo Discovery, NatGeo, etc), cada qual com um tema bem delimitado, ampla pesquisa, fontes respeitadas. Não se deseja ambiguidades na mensagem ou seu direcionamento: almeja-se somente a profundidade com clareza.

. O modo *observativo*. Na medida que o equipamento se tornou leve/móvel, silencioso, gravado com som sincrônico, e com pouca luz na virada dos anos 1950 para os anos 1960, a vida poderia (segundo se acreditava) ser captada tal como é, com a presença mínima de uma câmera, gravador, e equipe discreta. Os autores dessa corrente, então, mostrariam o mundo “tal como é”, sem agregar comentários ou valores explícitos. A ambiguidade se instaurava na natureza da recepção: uma realidade um pouco desviante poderia ser interpretada como crítica ou defesa, dependendo dos valores e do projeto político de quem assistisse. E essa era, justamente, a qualidade do filme: transferia a responsabilidade de qualquer julgamento ou ação ao espectador e seu entorno. Um filme, para se usar um exemplo contemporâneo, sobre a vida de uma transexual, poderia ser assistido como um elogio, um esforço cidadão de se trazer à esfera pública problemas do indivíduo fora de um padrão questionável, mas podia também ser usado por conservadores como demonstração de um ser humano a ser negado, tratado como antinatural. Para que não restem dúvidas do dilema ético, troque o objeto por um indivíduo ou grupo violento, sexista, defensor da exclusão de pobres e negros, e as questões serão idênticas: quanto mais o diretor aloca valores ao filme, criticando-os ou condenando-os por exemplo, mais se distancia do valor fílmico da obra enquanto reveladora de uma realidade complexa e desviante do que se considerava, até então, normal ou aceitável.

. O modo *participativo*. Forjada no mesmo momento do observativo e com as mesmas ferramentas, apostava na direção oposta àquele. Mais do que dissolver-se na realidade tal como “uma mosca na parede”, era justamente a presença da câmera, a ação do diretor e da equipe, que fazia com que o filme acontecesse. Eduardo Coutinho,

entre nós, é uma expressão inequívoca desse caminho. O filme existe por que ele está defronte seus personagens, perguntando, interferindo, questionando e, portanto, fazendo com que eles se revelem defronte da câmera. Esse modo e o anterior são os únicos com origem datada, em função dos avanços técnicos da época.

. O modo *reflexivo*. Na medida que as ferramentas de produção (câmeras, microfone, etc) como os próprios filmes se fazem mais presentes na sociedade, passa-se a desconfiar das mensagens construídas. O modo reflexivo coloca uma lupa no ato de fazer filmes, dos equipamentos aos procedimentos, para se aproximar a uma ideia de autêntico, das condições nas quais o discurso audiovisual foi forjado. Santiago (João Moreira Salles, 2007) é um dos formidáveis exemplos de narrativas com essa aproximação. Falsos documentários, que se utilizam de procedimentos convencionais (voz over, entrevistas críveis, etc) para se chegar a algo irreal, absurdo ou de absoluto contrassenso, são outro exemplo.

No livro “Introdução ao Documentário” Nichols completou seu leque de possibilidade com dois “modos”, o mais antigo de todos e o mais contemporâneo:

. O modo *poético*. Tem suas origens no cinema mudo, quando a linha de raciocínio do “expositivo” não era possível, pela ausência de uma cognição estruturante (que veio posteriormente com a narração over). Trata-se enfim, da junção de imagens (e sons, posteriormente) de maneira poética, numa apreciação estética, sem preocupação com relações causais. Há roteiro, há uma lógica (ou: diversas lógicas) que dão sequência ao filme, mas não espere nenhuma conclusão, ou ponto de chegada. Divirta-se, você espectador! Leve do filme o que quiser, o que gostar.

. O modo *performático*. Ainda que possa ter suas origens nos primórdios do cinema, cada “modo” aflora socialmente na crise do modo anterior. Frente à complexidade de se falar das coisas; frente sobretudo à dificuldade política de se falar dos outros (veja o impasse que o chamado “lugar de fala” coloca aos autores documentais) uma resposta possível é eu falar de mim, e de minha experiência de vida direta. Estarei autorizado a usar metáforas e formulações poéticas sem receio de melindrar ninguém, pois trata-se de minha vida. Posso inclusive construir relações causais ou associações improváveis, a meu juízo. É nesse contexto que, no Brasil, surgem como resposta filmes como Elena (Petra Costa, 2012) ou toda uma filmo-

grafia que Bernardet identificou como “filmes de busca” (BERNARDET, 2005), muitos deles de filhos de perseguidos políticos da ditadura militar. Neles fala-se também de política, de sociedade, de repressão, sempre partindo-se da legitimidade que só a experiência pessoal proporciona.

Aí estaria, segundo Bill Nichols, uma possibilidade de organização dos filmes, tal como se reconhece a história do Documentário.

Duas ressalvas, no entanto, são da máxima relevância, sem as quais não se posiciona corretamente uma tentativa como essa.

UM. Ainda que, como mencionamos, um modo se desenvolve a partir dos impasses do modo imediatamente anterior (numa movimentação didaticamente descrita por Nichols), os vários modos coexistem, sem que um prevaleça como melhor forma de acesso à realidade, mais legítimo, ou algo assim. Não é. Cada modo, e todos eles, são caminhos absolutamente possíveis e contemporâneos de se fazer cinema. Cada filme (ou cada momento, como veremos adiante) são merecedores de uma estratégia pensada na sua adequação ao desafio que o diretor tem para enfrentar. É comum, por exemplo, em um ambiente de discussão contemporâneo, em plena vigência da “sociedade do espetáculo” duvidar que uma câmera venha a ser transparente, imperceptível, como reza a cartilha inicial do modo observativo. Mas pode-se desenvolver uma estratégia em que a realidade filmada seja muito intensa, e que assim a presença de uma câmera fique dissolvida naquele contexto. É o caso dos filmes sobre campanhas políticas de Robert Drew (Primárias, 1960, e Crise, 1963) ou documentários com protagonismo de estrelas de rock, de Pennebaker e irmãos Maysles (Gimme Shelter, 1970) e tantos desde então. Ora, uma câmera, quem se importa? No Brasil, o filme Doutores da Alegria (Mara Mourão, 2004) fazia os cinegrafistas entrarem nos quartos de crianças internadas simultaneamente aos clowns, mal escondidos por balões coloridos ou bichos de pelúcia na frente das câmeras. Então, a presença de um clown adentrando o quarto é tão avassaladora, que a câmera perde importância, sem pretender omitir-se. Enfim, a estratégia/modo observativo é tão válido quanto qualquer outro: denunciar o ponto de vista da enunciação (modo reflexivo), provocar o outro (modo participativo), explicar (modo explicativo), encantar com uma composição de sons e imagens (modo poético), extravasar emoções a partir de si (modo performático), e por aí vai.

2 Jean-Claude Bernardet faz um trabalho admirável no livro *Cineastas e Imagens do Povo* procurando identificar a voz em cada um dos filmes que analisa (BERNARDET, 2003).

3 Evolução técnica conseguida com, respectivamente, câmeras 16 mm com partes de plástico, câmera blimpada, gravador NAGRA, uso de ISO do filme maior.

DOIS. Exemplos dados por Nichols, bem como alguns filmes/autores que citamos são exemplos “puros” de uma corrente cinematográfica. Mas um filme não precisa seguir uma cartilha, qualquer uma que seja. Filmes tem lógicas próprias. Aqueles autores tinham suas razões, e foram coerentes com seus impulsos de ruptura da tradição documental de então, com os quais aliás se consagraram enquanto fundadores de uma nova atitude. Mas a lógica organizadora de um filme resolve problemas localizados, e ninguém espera, e muito menos exige, que os cineastas tenham uma atitude única perante um objeto a ser filmado. O espectador está exposto à fruição do filme, que se insere num universo rico e complexo, com momentos reveladores de emoções e verdades (esta, no plural, sempre!) a cada esquina do filme, articulados numa lógica organizativa que raramente se estabelece antes das filmagens. Ao desafiarmos os alunos com um tema gerador, como foi a Praça Roosevelt (centro de São Paulo) um dos grupos da turma de documentário da Academia Internacional de Cinema férias 2018 optou por fazer um audiovisual sobre a vida na Praça ao longo do fim-de-semana de filmagens. Ora, trata-se de uma atitude, de uma maneira geral, observativa: em posição de recuo (na feliz nomenclatura de Fernão RAMOS, 2008) a presença da equipe flagraria, no final de semana, momentos reveladores e emocionantes das diversas “tribos” que povoam a praça, em vários horários. Mas, de repente, a equipe interage de maneira intensa fazendo perguntas, ou propondo desafios. Ora, uma inflexão participativa! Adiante, quem sabe, um aluno ou aluna se sinta implicado na realidade LGBT e deseje se colocar, perante a câmera, como sujeito social, testemunha de uma época e de sua luta, numa atitude claramente performativa. Em certo momento um personagem tem uma reação exaltada para a câmera. Em que medida foi algo espontâneo ou apenas uma performance para se “ganhar espaço” no filme? Talvez uma câmera apontada para a equipe (reflexivo) dê pistas para o esclarecimento dessa sensação incômoda. Como se vê, duas ou mais estratégias podem estar presentes em um mesmo audiovisual sem causar incômodo ou questionamentos: foram respostas a circunstâncias, ou “problemas”, colocados durante a filmagem. É óbvio que, se por um lado, a variação da abordagem não é um problema em si, tampouco é a solução para qualquer impasse. Cada solução localizada precisa ser minimamente articulada no conjunto do filme,

para ser reconhecida e aceita sem estranheza pelo espectador. Por exemplo, um entrevistador cuja voz se ouve uma única vez no final do filme pode parecer descontextualizado, uma espécie de elemento invasor da narrativa já estabelecida. Mas se essa mesma pessoa tiver sido “apresentada”, de alguma maneira, próximo à parte inicial do filme, ela será aceita e digerida no seu retorno a tela. Pelo sim e pelo não, que tal a equipe incluir algumas tomadas de si, chegando na praça, conversando com os personagens... ou até mesmo “gastar o que lhes resta de fita” numa mesa de bar discutindo os impasses da representação da realidade?

Nesse contexto, em que nenhum modo é mais legítimo do que outro e, ainda, na multiplicidade de soluções dentro de uma mesma narrativa, os modos do documentário de Bill Nichols não devem ser tomados como uma ferramenta de criação. Não é produtivo anunciar uma conduta rígida, e tampouco é algo que agregue valor ao projeto. Dizer que “vai realizar um filme tipo explicativo” (ou qualquer outro modo) é reduzi-lo ao pior de sua previsibilidade, pressupondo que a realidade vai se comportar exatamente como o (estreador) diretor deseja. Relega as surpresas ao território do indesejável, ora renunciando às fantásticas oportunidades que a carne do mundo nos oferece (outra feliz terminologia usada por RAMOS, 2008), ora forçando os caminhos (múltiplos por natureza) na única direção prevista pelo projeto do filme. Significa renunciar à riqueza do mundo e à complexidade das questões de representação. É também atrair para si críticas antecipadas, os “problemas” que cada modo de representação necessariamente incorre.

Os modos de representação até agora equacionados por Bill Nichols podem ser uma excelente ferramenta analítica, mas será pobre e perigoso se utilizado previamente como ferramenta criativa. A compreensão dos eventos do real, que virá do intenso mergulho com que os autores se oferecem a ele, continua sendo a melhor atitude dos produtores audiovisuais em mostrar um ou mais personagens, lugares, eventos ou temas com a riqueza e complexidade que a vida nos brindou.

A compreensão dos “modos” propostos por Nichols, enfim, permite que incluamos o gênero documental com mais qualidade na programação universitária e, talvez, nos provoque a pensar “tipos” de produção universitária de acordo com marcas da autoria, relação com o objeto de estudo e suposições no âmbito da recepção.

BIBLIOGRAFIA

BARNOUW, Eric. **Documentary The History of the Non Fiction Film** New York: Oxford University Press, 1983.

BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e imagens do povo**. 1ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2003.

BERNARDET, Jean-Claude. Documentários de busca: 33 e Passaporte Húngaro. In: LABAKI, Amir; MOURÃO, Dora. (Orgs.). **O Cinema do Real**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

FORCINE – Fórum Brasileiro de Ensino de Cinema e Audiovisual, **Mapa dos Cursos de Cinema no Brasil**, de Bernardo Santos, Aída Marques e Luciana Rodrigues disponível em <http://forcine.org.br/site/wp-content/uploads/2012/05/FORCINE-final322.pdf> acessado em 7/6/2018

NICHOLS, Bill **Representing reality**. Bloomington e Indianapolis: University of Indiana Press, 1991.

NICHOLS, Bill **Introdução ao documentário**. 2. ed. Campinas: Papirus, 2007.

NICHOLS, Bill “A voz do documentário”. In: RAMOS, Fernão. **Teoria contemporânea do cinema Vol II**. São Paulo: Senac, 2005.

RAMOS, Fernão Pessoa. **Mas afinal... o que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac, 2008.

Diretor da ABTU participa de fórum de produção educativa na Nicarágua

MARCUS STAUDT PARTICIPOU DE UM PAINEL SOBRE O APRENDIZADO MEDIANTE A TELEVISÃO EDUCATIVA E DESTACA A IMPORTÂNCIA DA PARTICIPAÇÃO DA ABTU NESTES EVENTOS PARA EXPANDIR AS CONEXÕES DAS TVS UNIVERSITÁRIAS BRASILEIRAS

O diretor técnico da Associação Brasileira de Televisão Universitária e editor chefe da TV Univates, Marcus Staudt, representou o Brasil no 4º Fórum Internacional de Televisão Educativa e Tecnologias, realizado em abril na cidade de Manágua, capital da Nicarágua.

Além de apresentar os trabalhos desenvolvidos pela ABTU, ele participou de um painel com o tema “Aprender a aprender mediante a televisão educativa, os audiovisuais e as novas tecnologias, um desafio em 2018. Motivar uma educação que se conecte com a audiência”.

Em sua participação Staudt defendeu que para discutir as questões de como se aprender com a TV Educativa e Universitária, é fundamental ter um pensamento crítico e entender que o público de hoje exige novas formas de produções de conteúdo. **“Somente percebendo isso, conseguiremos fazer materiais que se tornem interessantes e, consequentemente, ‘prendam a audiência’”, afirmou.**

Segundo o diretor da ABTU, as relações que a associação busca e as participações nestes eventos são imprescindíveis para se ampliar contatos e criar novos projetos, pois



quando se expande as conexões para além das fronteiras do país possibilita-se novas experimentações com perspectivas diferentes das já vivenciadas no Brasil, embora a TV universitária daqui seja uma referência.

“O trabalho que as TVs universitárias fazem em nosso país é sempre admirável. Elas são reconhecidas por diversos atores do meio audiovisual pela qualidade de

conteúdos que produzem e também pela genialidade com que conseguem tratar questões particulares das emissoras universitárias, como no caso de precisar manter a qualidade nos produtos audiovisuais para ter uma grade de programação que sustente e forme uma audiência crítica, e ao mesmo tempo, qualifique o acadêmico para o mercado de trabalho”, destacou.

Canal Universitário de SP (CNU) atinge quase 2 milhões de pontos em São Paulo

1,9 milhões. Este é o número de domicílios que o Canal Universitário de SP (CNU) atinge hoje na cidade de São Paulo, segundo dados da Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel).

Com esse resultado, o CNU cumpre seu papel de oferecer programas educativos e culturais de qualidade de cinco televisões diferentes em um único canal. Com filosofias, ideias, produtos e projetos próprios, a TV Mackenzie, TV PUC, TV Unip e a TV Inatel tem a missão de trabalhar com perspectiva de integração e estão sempre em busca de coproduções e atividades comuns que contribuam para o fortalecimento do canal.

“A TV Universitária de São Paulo pode, em especial, desempenhar uma

ação única na cidade. Na medida em que se facilite a transmissão ao vivo de vários pontos do município, eventos culturais e políticos podem ser transmitidos simultaneamente para toda a cidade, em tempo real, com uma isenção que não existe nos demais veículos televisivos”, afirma o professor Dr. Julio Wainer, diretor geral da TV PUC e vice-presidente da ABTU.

Em 24 horas de programação diária, o canal conta com debates, entrevistas, documentários e revistas jornalísticas de interesse geral, sempre com a participação de professores, pesquisadores, administradores escolares e estudantes.

“O Canal Universitário de São Paulo pode ser um respiro no contexto das programações das TVs paulistanas. A TV não

luta por melhorar a audiência apesar de claro, apreciar o reconhecimento público. Trata-se, portanto de uma programação mais lenta, no melhor sentido. Conteúdos podem ser mais aprofundados, e melhor digeridos pelos interessados. Não se almeja ritmo frenético dos programas contemporâneos, que lutam por cada minuto de audiência. Nosso valor principal é a profundidade, o método de chegada, enfim temas de excelência da universidade”, afirma Wainer.

CNU
Canal Universitário de São Paulo

PUC TV cobre Copa do Mundo na Rússia

PUC TV, ASSOCIADA DA ABTU FOI A ÚNICA EMISSORA UNIVERSITÁRIA A COBRIR DA COPA DO MUNDO 2018



A PUC TV, associada da ABTU, acompanhou a seleção brasileira na Copa do Mundo diretamente de Sochi, na Rússia. “Nós não tínhamos direitos de transmissão, mas cobrimos os treinamentos. Fomos acompanhar os bastidores da copa, prêmios, entrevistas coletivas e curiosidades da Rússia”, explica André Isac, correspondente da PUC TV que participou da cobertura.

A equipe com o repórter André Isac e o cinegrafista Luiz Pakal acompanha a chegada da seleção brasileira e cobriu os treinamentos.

Única TV Universitária a cobrir a Copa, a PUC TV, também acompanhou a seleção brasileira, em 2014, na Granja Comary e os Jogos Olímpicos de 2016, no Rio de Janeiro. “Nossa expectativa foi dar mais um passo de crescimento, foi a nossa primeira cobertura internacional”, contou o repórter.

Da esquerda para a direita: Professor Wolmir Amado Reitor da PUC Goiás, Luiz Carlos Dias operador de câmeras, André Isac Repórter Esportivo e Eduardo Rodrigues da Silva Pró-reitor de Comunicação e Diretor Geral da PUC TV Goiás.

Santa Cecília TV comemorou 21 anos com estreias

Para comemorar os seus 21 anos, a Santa Cecília TV, emissora educativa do litoral paulista, lançou uma série de programas em 2018.

Entre os lançamentos estão o programa de entrevistas **Releitura**, do jornalista e editor chefe da Santa Cecília, Gustavo Klein, que mostra um lado mais descontraído de personalidades como o crítico de cinema Rubens Edwald Filho, Alvaro Dias, Evandro Mesquita entre outros, o **Pessoas de Valor**, apresentado pelo neurocientista Ari Brito, que convida, médicos, psicólogos, coaches, para esclarecer assuntos variados do comportamento humano e tratar de Desenvolvimento Humano e Gestão de Pessoas, e o **Espiritua-**

lidade em Debate que traz semanalmente grandes nomes do segmento espírita do país e aborda com seriedade os assuntos relacionados a doutrina espírita.

Além dos lançamentos, a emissora ainda trouxe uma temporada do semanal **Porto & Negócios**, com entrevistas, coberturas e eventos do setor e notícias sobre os portos brasileiros.

O telejornal diário, Caderno Regional, também teve a equipe totalmente renovada, com jornalistas experientes vindos do mercado.

A programação completa da Santa Cecília TV pode ser conferida em todo país simultaneamente pelo **www.santaportal.com.br**

Presidente da ABTU é escolhido para o Conselho Consultivo Editorial do NCC

A Associação Brasileira de Televisão Universitária, por meio do seu presidente, Fernando José Garcia Moreira, foi escolhida para fazer parte do Conselho Consultivo do Noticiário Científico e Cultural Ibero-americano (NCC). O conselho foi instituído durante a Reunião Ordinária do Conselho de Administração da Associação das Televisões Educativas e Culturais Ibero-americanas (ATEI), realizada de 16 a 17 de março, no México.

“O convite para tomar parte do Conselho Consultivo do NCC, é mais uma demonstração da importância que a ABTU tem conquistado no âmbito Ibero-americano, visto que esse no-

ticiário é uma realização da ATEI que é levada hoje para 13 países e legendado semanalmente em Português para que as emissoras Universitárias e Educativas do Brasil possam utilizar, sem custo, em suas grades de programação um conteúdo de altíssima qualidade produzido de forma colaborativa com a participação das emissoras integrantes”, afirma Fernando.

Lançado em agosto 2017, em Medellín, Colômbia, em um esforço ATEI para promover a disseminação da ciência, tecnologia e cultura na região, o Noticiário Científico e Cultural Ibero-americano (NCC), é produzido em

espanhol e português para mais de 171 instituições da América Latina, incluindo sistemas de transmissão de rádio, canais abertos, por cabo e DTH, bem como plataformas de WebTV, com a colaboração de parceiros e apoio de agências de notícias como AFP França; Deutsche Welle, da Alemanha; EFE, da Espanha; Xinhua, da China; Corporação Espanhola de Rádio e Televisão (RTVE) e Notimex do México.

Até agora, o NCC emitiu mais de 300 briefings, 31 programas semanais e dois especiais de fim de ano. Estima-se que o NCC atinja cerca de 25 milhões de telespectadores e internautas.

ABTU assina convênio de intercâmbio cultural com o governo chinês

Em setembro, a Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) assinou um convênio de intercâmbio de conteúdo com o governo chinês. A cerimônia aconteceu na sede da TV Estatal Chinesa (CCTV América Latina), que fica localizada na capital paulista, sendo realizada junto ao Departamento de Cooperação Internacional da Administração Estatal de Imprensa, Publicação, Rádio, Filme e TV da República Popular da China.

O acordo vem sendo articulado desde 2016 pela diretora de relações institucionais da ABTU, Neuza Meller, junto a Embaixada da China em Brasília. Com duração de dois anos, o convênio prevê o intercâmbio cultural e técnico, assim como de conteúdo audiovisual e atividades de formação nas áreas de rádio e TV. Ainda está previsto o convite para as TVs Universitárias brasileiras realizarem gravações e participação em cursos de formação de rádio e TV na China.

No início as TVs Universitárias receberão alguns documentários e outros produtos audiovisuais chineses para exibição de acordo com suas grades de programação. **“Esse é o começo de uma relação internacional que pode colaborar para que as TVs Universitárias brasileiras tenham reconhecimento fora do circuito convencional do mercado audiovisual, além de permitir que novas produções sejam**



realizadas juntos com a China”, afirma o presidente da ABTU, Fernando Moreira.

A cerimônia reuniu os membros da ABTU, representantes do governo chinês e da CCTV América Latina: Fernando Moreira - presidente da ABTU, Júlio Wainer - vice-presidente da ABTU, Ana Paula Brusson Magno - gerente executiva da ABTU; Dong Tingyan - diretora do departamento de cooperação internacional da administração estatal de Imprensa, Publicação, Rádio, Filme e Televisão da China, Li Weilin - chefe executivo da CCTV América Latina, Wang Man - membro da divisão de programas in-

ternacionais do departamento de cooperação internacional da administração estatal e Fei Hua - membro da divisão de assuntos financeiros do departamento de cooperação internacional da Administração Estatal.

“A China é hoje uma das maiores produtoras de conteúdo audiovisual do mundo com mais de mil filmes produzidos anualmente. O interesse pelo Brasil se percebe pela instalação, em 2010, da sede da CCTV América Latina, um escritório que coordena toda a operação da agência chinesa de notícias na região”, explica o presidente da ABTU.

EXTINÇÃO DA TVE RS NOTA DE REPÚDIO

A Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) vem a público repudiar a extinção da Fundação Piratini, mantenedora da TVE e FM Cultura efetivada pela publicação nesta quarta-feira (30) no Diário Oficial do Rio Grande do Sul do decreto Nº 54.089.

É interminável a lista de contribuições que a Fundação Piratini realizou para a TV e a Rádio do Rio Grande do Sul e brasileira, seja na formação de pessoal capacitado que hoje estão espalhados pelo país prestando relevantes serviços à área da comunicação, seja pela qualidade da programação que permitiu a experimentação de formatos e ideias.

Esta perda é maior ainda quando se tem conta de que, ainda hoje, uma parcela significativa da população depen-

de quase que somente da informação obtida através da radiodifusão, ou seja, da TV e Rádio abertas e gratuitas. Tal decisão de extinção de uma das mais importantes instituições de radiodifusão cultural de nosso país fundamenta-se na triste ideia de que a radiodifusão privada é suficiente para dar conta de todas as funções esperadas do rádio e da TV previstas na Constituição Federal, inclusive o provimento de educação e cultura, fatores que nitidamente estão na maior parte da programação das emissoras comerciais.

Quando a radiodifusão pública perde sua autonomia, reduzindo o seu caráter público e plural, sendo transferida para a esfera estatal, quem perde é toda a população que recebe somente o que

é de interesse direto e absoluto da administração do Estado, sem espaço para críticas e segundas opiniões.

Este é um momento triste para toda a comunicação pública brasileira, que a cada dia recebe notícias de novas reorientações editoriais e gerenciais em importantes meios de comunicação públicos que se tornam ou adquirem características estatais, reduzindo a possibilidade de termos uma mídia pública democrática, livre das injunções de governos.

**Diretoria Executiva
Associação Brasileira
de Televisão Universitária – ABTU**

Opinião

ESTATIZAÇÃO PRIVATISTA

Gabriel Priolli

Duas das mais tradicionais emissoras públicas de radiodifusão do país perderam hoje a sua autonomia, com a extinção da sua entidade mantenedora, a Fundação Piratini.

A TV Educativa e a FM Cultura foram formalmente estatizadas pelo Governo do Rio Grande do Sul e passarão agora a compor a estrutura da Secretaria de Comunicação.

A ingerência política, que era indireta e mediada, agora será direta e absoluta. As duas emissoras deixam de ser públicas, para serem especificamente estatais.

Esse é o mais duro ataque à televisão pública brasileira desde o golpe de abril de 2016, que atingiu de imediato a Empresa Brasil de Comunicação.

O Governo Temer impôs uma reorientação editorial e gerencial à TV Brasil, Rádio MEC e demais emissoras fede-

rais, reduzindo o seu caráter público e plural, e fortalecendo a sua vinculação ao Estado.

Mas Temer não ousou ir até onde José Ivo Sartori vai agora, a estatização formal de equipamentos sob gestão pública autônoma e apartidária, e sua subordinação à política de governo.

Pode parecer contraditório, mas a medida tomada no RS tem um nítido caráter privatista. Fundamenta-se na ideia de que a radiodifusão privada é suficiente para dar conta de todas as funções esperadas do rádio e da TV, inclusive o provimento de educação e cultura - embora elas ofereçam tão somente entretenimento, informação controlada e estímulos de consumo.

Nessa visão, a radiodifusão financiada pelo Estado deve ser apenas ferramenta de comunicação e marketing de

governos, o destino provável da TVE e da FM Cultura.

Vitória da mídia privada. Derrota do projeto de uma mídia pública democrática, livre das injunções de governos e do mercado. Novo marco na destruição das conquistas sociais no Brasil.



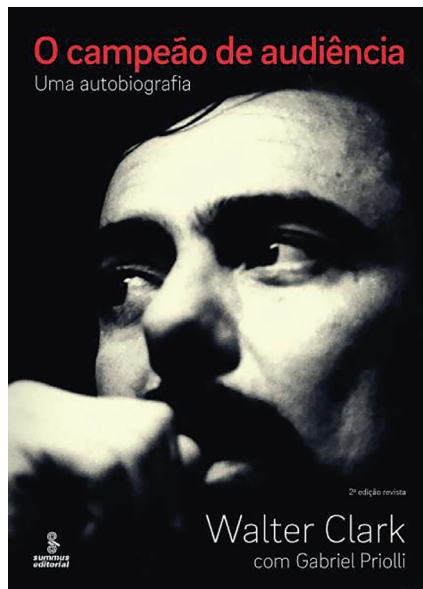
UM TELECURSO DE PAPEL

José Dias Paschoal Neto – Presidente do Conselho Editorial e Coordenador da TV UNIFAE

RESENHA: O Campeão de Audiência – Uma Autobiografia. Walter Clark com Gabriel Priolli. 2ª edição ampliada. São Paulo: Summus Editorial, 2015. 400p.

O Campeão de Audiência, a autobiografia de Walter Clark escrita por Gabriel Priolli, já é um clássico na literatura histórica da mídia brasileira. Lançada em 1991 e reeditada recentemente, pela Summus Editorial, ela é tida como um material indispensável ao conhecimento da televisão privada, em seus aspectos artísticos, técnicos e comerciais, e em suas conexões com a política e a economia. Graças à riqueza das informações contidas no depoimento do ex-diretor geral da TV Globo, que a transformou de emissora periférica do Rio de Janeiro na poderosa rede nacional de hoje.

Um aspecto pouco conhecido da trajetória de Walter Clark, essa de proveito para os estudos da televisão educativa, é a frustrada tentativa do executivo de prestar serviços nesse campo. Em meados de 1977, meses depois de deixar a Globo, ele propôs ao então ministro da Educação, Ney Braga, desenvolver o projeto para uma rede nacional de TV sob controle federal, com programação educativa. A resposta, negativa, foi típica das relações entre o Estado e a Radiodifusão no Brasil. “Não quero problemas com o Roberto Marinho”, disse o ministro do ditador Ernesto Geisel.



O destino da TV Escola e da TV Brasil, surgidas anos depois dos esforços pela construção da televisão não-comercial no país, teria sido provavelmente outro, se a experiência de Clark fosse implementada. Ainda hoje a nossa TV pública, em qualquer de suas modalidades, é carente do rigor técnico, das ferramentas de planejamento e do controle gerencial da sua

congênere privada. Ainda não resolveu o seu maior problema, o de obter audiência relevante e sustentabilidade com uma programação exigente, de alta qualidade artística e cultural. Clark talvez colocasse o ovo de Colombo em pé.

A TV pública ainda procura o seu próprio campeão de audiência e certamente tem o que aprender com quem dirigiu a importante TV Rio, disputou o mercado com a lendária TV Excelsior, criou a onipresente Rede Globo e revitalizou a TV Bandeirantes. Além de testemunhar 40 anos da história brasileira direto do camarote das autoridades, com quem conviveu, sempre bem próximo do centro do poder.

O legado de Walter Clark permanece uma referência para os que continuam nas trincheiras em defesa da TV Pública, como Gabriel Priolli, autor da biografia e tantos outros companheiros da ABTU que, por gerações, seguem firmes em suas batalhas diárias por uma TV Universitária e Educativa. E assim será, sempre. Mesmo com sucessivos golpes, como o recente fechamento da Fundação Piratini, pelo governo gaúcho. (veja nota nesta edição)

Afinal, somos construtores de utopias. Com muito orgulho!

Normas de publicação

Diretrizes para Autores - Manual de estilo e normas para publicação Revista ABTU – TV Universitária + TV Pública

A Revista ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária é uma publicação anual, com conteúdos relativos a pesquisa e desenvolvimento da Televisão Universitária e Pública Brasileira.

A Revista se propõe a ser um dos principais veículos de estudo, pesquisa e fomento na troca de informações e ideias sobre a televisão pública brasileira.

Avaliação dos textos (artigos, resenhas, etc):

A aceitação será feita com base na originalidade, significância e contribuição científica. Os revisores farão comentários gerais sobre o trabalho e informarão se será aceito para ser publicado, rejeitado ou se poderá ser publicado realizando-se algumas correções pelo(s) autor (es). Quando pareceristas sugerirem modificações, elas serão encaminhadas ao autor principal que deverá devolver o manuscrito corrigido em até 20 dias. Em seguida, o mesmo será devolvido aos pareceristas para verificação. Em caso de discordância entre os avaliadores, poderá

ser solicitada uma terceira opinião. Após este processo, o(s) autor(es) serão avisados via e-mail.

Condições para submissão

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

1. São aceitos artigos originais de pesquisadores, independente da sua titulação.

2. São aceitos artigos publicados em outras revistas, anais de eventos e outras publicações desde que identificada a publicação em rodapé na primeira página utilizando as normas ABNT como referência.

3. Cada artigo deverá ter no máximo 25 mil caracteres e no mínimo 20 mil caracteres com espaços, e apresentar as referências bibliográficas completas ao final do texto. Quaisquer outros comentários devem estar incorporados ao texto.

4. Quando se tratar de textos técnicos, os títulos devem con-

ter no máximo 70 caracteres (já contando os espaços entre os mesmos), devendo ser informado abaixo do mesmo as seguintes informações:

- a) Autor (es),
- b) Titulação (título e área),
- c) Contato (s), e
- d) Universidades onde os autores exercem suas funções.

5. Quando se tratar de textos colaborativos, os mesmos deverão apresentar título curto, contendo no máximo 30 caracteres (incluindo os espaços entre as palavras) e a intertitulação é necessária (contendo no máximo 150 caracteres, já incluindo os espaços);

6. O artigo, no início do texto, deve ter resumo e abstract com no máximo 10 e no mínimo 8 linhas.

7. Sob o resumo, deverá haver de 03 (três) à 05 (cinco) palavras-chave.

8. Tanto o resumo como as palavras-chave devem estar em português e inglês.

9. Inserir número de página no fim da folha;

10. Tamanho no papel: A4 (21,0 x 29,7 cm), com orientação retrato, margens superior, inferior, esquerda e direita de 2 cm;

11. Os arquivos para submissão estão em formato Microsoft Word, OpenOffice ou RTF (desde que não ultrapassem 2MB)

12. URLs para as referências deverão ser informadas quando necessário e deverão estar ativas quando do envio do texto.

13. O texto deverá estar com espaçamento de 1,5; usar fonte Times New Roman 12 pontos; para comentários e citações, empregar itálico em vez de sublinhado (exceto em endereços URL) para citações e comentários; as figuras e tabelas deverão estar inseridas no texto e não no final do documento na forma de anexos.

14. A norma adotada pela ABTU para a elaboração das referências é a ABNT NBR 6023 (confira em: www.abnt.org.br)

15. Caso haja, deve constar nas referências bibliográficas o código DOI (Digital Object Identifier)

16. As opiniões expressas no texto são de responsabilidade de seus autores.

17. Após o aceite e publicação, o(s) autor(es) se comprometem a registrar a publicação no seu currículo Lattes.

Ilustrações:

- Imagens (figuras e fotos): devem ser nítidas, no tamanho máximo de 9 x 14 cm, apresentadas em formato digital padrão JPEG em 300dpi; devem ser centralizadas no documento e conter legendas;

- Gráficos, tabelas e quadros devem estar acompanhados de título explicativo, a fim de compreender o significado dos dados reunidos;

- Para reimpressão de fotografias, figuras, quadros, tabelas e gráficos extraídos de outros textos, devem ser indicados a fonte de referência e anexada a autorização da fonte ou do autor;

- Todas as ilustrações devem estar no corpo do texto.

Observações sobre imagens:

Recomenda-se que as imagens tenham, no mínimo, 300 dpi de resolução real. DPI significa “pontos por polegada”,

por isso o tamanho em centímetros depende da resolução (e vice-versa). Na verdade, ao passar uma imagem para o computador (isto é, digitalizar a imagem), ela passa a ter as dimensões medidas em pontos (ou pixels). Quanto mais pontos tem a imagem, maior ela poderá ser impressa sem perder qualidade, respeitando a proporção de 300 pontos na tela para cada polegada no papel. Observar o seguinte:

- se a imagem é escaneada a partir de um material impresso (livro, revista etc.), configura-se no scanner 300 dpi, para reproduzi-la com o mesmo tamanho; uma foto 10x15 escaneada a 300 dpi pode ser reimpressa no tamanho 10x15 ou menor, nunca maior. Caso queira essa mesma foto ampliada para 20x30, ela deve ser escaneada a 600 dpi (ou seja, o dobro do tamanho exige o dobro da resolução);

- se a imagem provém de uma fotografia em máquina digital, é necessário fazer o cálculo: por exemplo, uma imagem de página inteira na revista (17x21cm) numa resolução de 300 dpi precisa ter 2100x2500 pixels de dimensão para ficar boa.

Recomendações importantes: Se uma imagem precisa ser ampliada, isso deve ser feito impreterivelmente na hora de escanear; não é possível pegar uma imagem pequena e aumentá-la nos programas de edição, pois vai fazer cair a qualidade.

Ao salvar uma imagem em JPG, escolha o valor máximo de qualidade (normalmente 12, numa escala de 3 a 12).

Processo de Avaliação por Pares

- Todo artigo submetido à ABTU é avaliado por, pelo menos, dois avaliadores (double blind review);

- No caso de parecer negativo por dois avaliadores, o artigo é automaticamente rejeitado;

- No caso de pareceres díspares, o artigo é encaminhado para um terceiro especialista;

- A dupla avaliação por pares garante o anonimato tanto dos articulistas quanto dos avaliadores.

- A equipe editorial se compromete em encaminhar os resultados da avaliação num prazo máximo de um ano, contado a partir da submissão, com o firme propósito de reduzir gradativamente esse prazo.

Política de Privacidade

Os nomes e endereços informados nesta revista serão usados exclusivamente para os serviços prestados por esta publicação, não sendo disponibilizados para outras finalidades ou a terceiros.

Declaração de Direito Autoral

Os autores são responsáveis, em qualquer que seja o formato do texto, pelas opiniões expressas ou indiretas presentes em seus respectivos trabalhos, não endossáveis pelo Conselho Editorial e pelos editores da Revista. Ao publicar trabalhos na Revista ABTU, os autores cedem automaticamente os direitos autorais à publicação para veiculação das produções acadêmicas, sem ônus para a Revista. O autor, porém, continuará a deter os direitos autorais do texto para o caso de publicações posteriores.

Envio de submissões: Prof. Cláudio Magalhães – Editor Responsável – claudiomagalhaes@uol.com.br



ABTU



Associação Brasileira de Televisão Universitária

www.abtu.org.br