

# Indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária<sup>1</sup>

Kamyla Faria Maia<sup>2</sup>

## RESUMO

O presente artigo discute uma proposta de indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, tendo em perspectiva a complementaridade entre os serviços comercial, estatal e público. Para tanto, usa como referência o que Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) desenvolveram para as emissoras públicas, os conceitos de telejornalismo de interesse comum (COUTINHO, 2013) e os princípios da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012).

## PALAVRAS-CHAVE:

Indicadores de qualidade; telejornalismo; TV universitária.

## ABSTRACT

This article discusses a proposal for quality indicators for university television telejournalism, bearing in mind the complementarity between commercial, state and public services. To do so, it uses as a reference what Bucci, Chiaretti and Fiorini (2012) developed for public broadcasters, the concepts of telejournalism of common interest (COUTINHO, 2013) and the principles of public broadcasting (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012).

## KEYWORDS:

Quality indicators; television journalism; university television.



<sup>1</sup> Versão revisada do artigo publicado no 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Os dados fazem parte da tese desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FIC/UFG sob orientação da professora Nelia Del Bianco

<sup>2</sup> Doutora - Universidade Federal de Goiás - maia.kamyla@gmail.com

## INTRODUÇÃO

A televisão universitária brasileira é aquela produzida por uma Instituição de Ensino Superior, pública ou privada, transmitida por radiodifusão educativa em sinal aberto, por canal universitário na TV a cabo, ou por satélite, circuito interno e internet; e cuja programação seja voltada à educação, cultura e cidadania (MAGALHÃES, 2002, p.15). O que define o termo é a ligação com uma instituição de ensino e não necessariamente um modelo de transmissão, desde que seja preservada a “programação contínua, formatada e com uma identidade própria” (MAGALHÃES, 2013, p. 11).

No ano de 2020 estavam em funcionamento no Brasil pelo menos 183 televisões universitárias, geridas por 167 Instituição de Ensino Superior- IES, ou seja, há instituições de ensino com mais de uma emissora universitária. Desse total, 117 atuam apenas na internet; 51 transmitem por meio da TV a cabo; 22 veiculam a sua programação pela TV aberta e 3 exibem conteúdo via circuito interno; sendo que várias utilizam mais de um meio de transmissão (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line).

As emissoras ligadas às IES são

enquadradas no Campo Público de Televisão no Brasil, formado por um grupo heterogêneo de emissoras não-comerciais que operam no Brasil e que apresentam visões e concepções comuns, sendo elas as emissoras universitárias, educativas, legislativas e comunitárias (VALENTE, 2009, p. 07). Assim, a programação da televisão universitária deve atender aos preceitos expostos no Artigo 223 da Constituição Cidadã, que divide a comunicação em um tripé formado pelos campos comercial, público e estatal, e que determina que haja complementariedade entre os serviços prestados.

As televisões públicas não têm finalidade comercial, mantêm autonomia mínima em relação a mercados e governos e são financiadas a partir de múltiplas fontes. Além disso, devem contar com a participação da sociedade civil e promover a formação crítica do cidadão, a partir de um conteúdo socialmente abrangente, que exponha a diversidade de opiniões e promova o debate de questões de relevância social por meio de diferentes abordagens (CURADO; BIANCO, 2014).

## TELEJORNALISMO NA TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA

Ao observar as diretrizes da radiodifusão pública, o telejornalismo das emissoras não comerciais brasileiras, pode reduzir as desigualdades sociais entre interlocutores na esfera discursiva, organizando o discurso público não “como retroalimentação do poder político, mas como aporte de influência sobre o poder administrativo, pondo em causa a possibilidade de deliberação dos assuntos”

(ROCHA, MARROQUIM, 2011, p. 156).

Para além das comparações entre o serviço público e o modelo comercial, o jornalismo das emissoras públicas deve ser analisado na perspectiva da complementariedade do sistema de radiodifusão no Brasil prevista na Constituição Cidadã e do exercício do direito à comunicação.

*Os telejornais e programas jornalísticos nesse sentido deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. [...] Além disso, mais do que informação descontextualizadas, os telejornais públicos deveriam contribuir com a oferta de conhecimento cotidiano e formação de espectadores e, assim, estimular sua autonomização (COUTINHO, 2013, p. 29).*

Para caracterizar o jornalismo produzido pelas emissoras não comerciais, Coutinho (2013) desenvolveu o conceito de telejornalismo de interesse comum, que tem como foco à consciência, é “orientado de forma efetiva pela observância do interesse público e caracterizado pelo exercício dos direitos à informação e comunicação por telespectadores” (COUTINHO, 2013, p.28) porque o espectador é percebido como cidadão e não como consumidor.

A notícia deve ser classificada mais por seu valor de troca do que por seu valor de uso. O principal proveito de uma notícia será dialógico e dialético, insumo para a partilha das informações e combustível para o debate. A apropriação do valor de troca é coletiva e gera “uma nova compreensão do papel da notícia e do papel do jornalista na sociedade: a socialização da informação, por sua vez

transmutada em saber” (SILVA, 2010, p. 13-18).

No entanto, as emissoras ligadas a uma IES enfrentam um grande desafio para alcançar os objetivos esperados para telejornalismo e por isso, faz-se necessário construir indicadores por meio dos quais a sociedade possa avaliar a prestação de serviços (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 03-04). Em decorrência dessa necessidade, buscou-se criar indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária. A elaboração desses indicadores baseia-se nos princípios da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e no conceito de jornalismo de interesse público (COUTINHO, 2013). Eles serão aplicados por meio da análise e leitura críticas das narrativas jornalísticas audiovisuais (BECKER, 2012).

### PRINCÍPIOS DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA

A radiodifusão pública é norteadada por princípios que se diferenciam dos critérios utilizados pelos meios comerciais, como lucro, produtividade, audiência e anunciantes. Dessa maneira, ela pode corrigir os desequilíbrios do mercado informacional dominado pelas emissoras comerciais e reduzir a concentração dos meios de comunicação. O que ainda não ocorreu na América Latina, uma vez que a radiodifusão pública tem atuado em um marco de desprestígio, baixa audiência e nenhuma

competitividade com os veículos privados (BECERRA e WAISBORD 2015).

Por outro lado, a comunicação pública não pode ser confundida com estatal, uma vez que o modelo de serviço público se desenvolve segundo a ideia de que nem o mercado nem o Estado podem cumprir adequadamente as missões da radiodifusão pública e garantir a observância ao interesse público (UNESCO, 2001, p 10). Tais missões e objetivos são:

## PRINCÍPIOS DA RADIODIFUSÃO PÚBLICA

**1. Universalidade:** a programação das emissoras públicas deve ser acessível a todos os cidadãos em todo o território, tendo a obrigação de se dirigir ao conjunto da população e de ser utilizado pelo maior número de cidadãos. Não pressupõe somente a possibilidade de acesso técnico, mas a capacidade de que todos compreendam a programação.

**3. Independência:** a radiodifusão pública deve permitir a livre expressão e a circulação de informações, opiniões e críticas. Isso só é possível se a independência for preservada, da mesma forma que a liberdade frente às pressões comerciais ou ao poder político.

**2. Diversidade:** o serviço prestado deve refletir a diversidade de interesses do público com programação que abarque diferentes gêneros.

O serviço público deve chegar ao conjunto do público por meio da diversidade dos programas, a qual refletir o leque de debates da sociedade.

**4. Especificidade:** o serviço oferecido deve se diferenciar das produções comerciais, por meio de inovações e da criação de novos espaços e novos gêneros. Não se trata de produzir exclusivamente gêneros que não interessam aos serviços comerciais, mas sim de fazer as coisas de maneira diferente, de modo que o público diferencie a radiodifusão pública da comercial (UNESCO, 2001, p. 13-15. Tradução própria).

Os princípios e finalidades das emissoras públicas foram debatidos e complementados por diferentes autores ao longo das últimas décadas e por isso, é preciso acrescentar na atual análise alguns desdobramentos dos conceitos da Unesco (2001). Um deles são as sete teses da comunicação pública apresentadas por Cifuentes (2002, p. 147-152), sendo elas: autonomia em relação ao governo em exercício; pluralismo político, religioso, étnico, etc.; estilo cidadão que adote o ponto de vista do ser humano comum; perfil programático próprio para audiências maciças; atitude inovadora a partir da experimentação e exposição de rostos e vozes marginalizados; descentralização de produção e autofinanciamento por meio da combinação de diferentes fontes (CIFUENTES, 2002, p. 147-152).

Mendel (2012), por sua vez, aponta que os veículos públicos devem atender a características mínimas como, por exemplo, a disponibilidade geral em termos geográficos; a atenção à cultura nacional e ao noticiário local; a independência de interesses do Estado ou comerciais e a imparcialidade da programação.

Por meio da observância de tais diretrizes a radiodifusão pública pode auxiliar no fortalecimento da cidadania, pois é por “terem disponível um leque de pontos de vista que os indivíduos podem exercitar a plena cidadania, escolhendo entre perspectivas concorrentes, à medida que se engajam no processo de tomada de decisões públicas” (MENDEL, 2012, p. 11).



## INDICADORES DE QUALIDADE DO TELEJORNALISMO DA TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA

A definição de indicadores de qualidade pode ajudar as organizações jornalísticas “a identificar com maior precisão quais são os atributos de qualidade desejáveis e quais são os vícios a serem evitados nos produtos e serviços jornalísticos” (GUERRA, 2011, p.05).

*Sendo o jornalismo uma instituição central no sistema de freios e contrapesos das sociedades democráticas, no agendamento das questões relevantes para essas mesmas sociedades, bem como na informação precisa, veraz e crível aos cidadãos e cidadãs é desejável, assim como é, por exemplo, para o sistema educacional, que critérios e ferramentas para a produção de informações jornalísticas de elevada qualidade possam ser postos em execução. As práticas de transparência e prestação de contas que devem ser levadas a cabo por todas as instituições relevantes para a democracia dependem de ferramentas e critérios com esses objetivos (GUERRA, 2011, p.11).*

Guerra (2011) propõe que, quando aplicada a organizações jornalísticas, a qualidade é “o grau de conformidade entre as notícias publicadas e as expectativas da audiência” em duas dimensões: privada, relativas a seus gostos, preferências e interesses pessoais; e pública, relativas ao interesse público como Valor Notícia de Referência Universal (2011, p.46). O conceito de Valor-Notícia de Referência Universal representa os valores-notícia que devem necessariamente ser observados pelas organizações na produção de notícias no âmbito das sociedades democráticas, dado o papel que a sociedade atribui e exige da instituição jornalística (GUERRA, 2011, p.20).

Tomando como exemplo o modelo

proposto por Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) para as emissoras públicas, deve-se analisar as televisões universitária como emissoras que se destinam a formar e informar o cidadão, em nome de valores democráticos, baseados nos direitos humanos e com financiamento público, e que por isso, devem prestar contas. Dessa maneira, precisam de indicadores de qualidade, pois só eles “podem objetivar a prestação de contas, apontando se houve melhora ou piora, com bases racionais de comparação, no desempenho dos serviços prestados e na gestão” (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 11).

Por conseguinte, foram elencados os seguintes indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária:

1. **Universalidade:** oferecimento de serviço a maior parcela da população-alvo e preocupação com acessibilidade;
2. **Diversidade:** pluralismo e respeito na representação dos diferentes grupos sociais;
3. **Estilo cidadão:** promoção de conteúdo que leve à compreensão da realidade, por meio da utilidade pública e da contextualização das informações;
4. **Atitude inovadora:** produção de conteúdo que se diferencie dos modelos já existentes;
5. **Inclusão:** possibilidade de participação dos cidadãos nos processos de escolha dos conteúdos e não apenas como fontes de informação.

Tabela 1: Indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária

Indicadores	Variáveis
<b>Universalidade</b>	Oferecimento de programação à parcela expressiva da população-alvo, sem impedimentos para aqueles que não podem pagar pelo serviço.
	Conteúdo acessível às comunidades cega e surda.
<b>Diversidade</b>	Representação de diferentes grupos sociais, dando preferência aos que são silenciados na cobertura dos demais veículos.
	Pluralidade de assuntos tratados e de fontes consultadas.
	Respeito à diversidade racial, religiosa, de orientação sexual, etc.
<b>Estilo Cidadão</b>	Informação apresentada de forma complexa e plural que promova a compreensão da realidade.
	Oferecimento de contextualização e de informações de utilidade pública.
<b>Atitude Inovadora</b>	Experimentação de novos formatos e gêneros.
	Espaço de aprendizagem, formação e experimentação para estudantes dos cursos de comunicação.
<b>Inclusão</b>	Participação dos cidadãos no processo de produção e na tomada de decisões.
	Participação da comunidade universitária no processo de produção e na tomada de decisões.
	Existência de conselhos com presença de membros externos.

Fonte: Elaborada pela autora.

Para cada indicador devem ser respondidas questões a partir da avaliação do conteúdo, com intenção de apontar se a produção se aproxima ou se afasta do que é esperado das emissoras universitárias, como por exemplo:

**- Universalidade**

Os programas telejornalísticos são exibidos em plataformas gratuitas, como a TV aberta?

Há interpretação ou tradução para Libras?

Há audiodescrição?

**- Diversidade**

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc.?

Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?

A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?

**- Estilo Cidadão**

A linha editorial seguida demonstra preocupação com o fortalecimento do direito à comunicação?

A linguagem utilizada é de fácil compreensão?

O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos retratados?

**- Atitude Inovadora**

A linguagem e a estética dos programas é original ou repete padrões conhecidos?

São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?

A TV serve como espaço laboratorial para estudantes de comunicação?

## - Inclusão

As comunidades que a sustentam as emissoras são protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?  
Os cidadãos e a comunidade universitária podem participar da produção de conteúdo?  
Há mecanismos de participação da comunidade geral na gestão do telejornalismo?

## ANÁLISE DAS NARRATIVAS JORNALÍSTICAS AUDIOVISUAIS DA TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA

As associações entre imagens, sons, palavras, gráficos e outros elementos do texto audiovisual contribuem para a percepção da construção dos sentidos das notícias e por isso, é preciso aliar os indicadores criados anteriormente com um método de análise apropriado. O escolhido é a análise e leitura críticas das narrativas jornalísticas audiovisuais (BECKER, 2012), que procura dar conta das etapas de descrição do objeto de estudo, da análise televisual, formada por um estudo quantitativo e qualitativo dos conteúdos que utilizam a linguagem audiovisual, e da interpretação dos resultados.

Para a constituição do método, a autora parte do pressuposto que é necessário “elaborar um discurso para a compreensão de uma obra audiovisual porque um conceito dinâmico de leitura implica na compreensão de que a categoria de leitor é inseparável da categoria de autor”. A partir da interface entre Martín-Barbero (2001) e Fischer (2002), a análise proposta por ela recusa a percepção instrumental da técnica e propõe que é possível “estudar as imagens, textos e sons, especialmente da TV, partindo do pressuposto que não extrairemos representações acabadas, mas possibilidades de significação” (BECKER, 2012, p. 238).

A primeira etapa do método é a descrição do objeto, seguida da análise televisual propriamente dita, a qual é constituída por análises quantitativa e qualitativa. A etapa

quantitativa consiste na aplicação de seis categorias básicas: estrutura do texto, temática, enunciadores, visualidade, som e edição (BECKER, 2012, p.243).

A primeira categoria corresponde ao estilo de narração, organização de formatos e conteúdo, divisão em blocos e duração. Já a temática revela conteúdos privilegiados e permite identificar as editorias que mais se destacam. Os enunciadores são os atores sociais que participam da narrativa, ou seja, as diferentes vozes presentes e ausentes nos relatos e a maneira como âncoras e repórteres apresentam o texto. Por sua vez, a visualidade permite analisar cenários, figurinos e recursos gráficos. O som indica como os elementos sonoros, palavras, ruídos e trilha sonora estão relacionados aos elementos visuais. Por fim, a edição permite compreender como as combinações entre o texto e a imagem produzem sentidos (BECKER, 2012, p.243).

Essa leitura fornece subsídios para o estudo qualitativo de um produto audiovisual, por meio da aplicação de três princípios de enunciação: fragmentação; dramatização e definição de identidades e valores (BECKER, 2012, p.244).

*No jornalismo, a aplicação do princípio da Fragmentação resulta em percepções ainda mais significativas porque a curta duração de cada unidade informativa nem sempre permite que se compreenda o fenômeno noticiado em toda a sua complexidade. [...] O princípio da Dramatização, igualmente presente em outros gêneros televisivos, corresponde à natureza ficcional da narrativa, envolvendo emocionalmente o telespectador ou o usuário no processo de leitura de um texto audiovisual, cujo desvendamento da narrativa é realizado por etapas para que o clímax seja aumentado e para conferir caráter dramático a um determinado acontecimento. [...] O princípio da Definição de Identidades e Valores permite conhecer as marcas enunciativas da narrativa audiovisual referentes aos valores atribuídos a problemas e conflitos locais e globais e os modos como são julgados e qualificados (BECKER, 2012, p. 244).*

Ao chegar na etapa qualitativa, a presente pesquisa vai aliar ao método de Becker (2012) os indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, elencados na seção anterior. Cada uma das três categorias de análise da etapa qualitativa será aliada aos cinco indicadores de qualidade, de maneira apontar em que medida as produções das televisões universitárias brasileiras se

aproximam ou se afastam deles.

Dessa forma, será possível analisar se as produções telejornalísticas das emissoras universitárias brasileiras se adéquam ao que é esperado da radiodifusão pública e se seus programas jornalísticos exibem conteúdo complementar ao que é produzido pelas emissoras comerciais e estatais.

**Tabela 2: Método proposto**

Etapa Qualitativa		
Categorias	Aplicação	Relação com Indicadores de Qualidade
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	Observar se a fragmentação do conteúdo pode interferir na compreensão da informação.
Dramatização	Estrutura narrativa.	Analisar se essa estrutura garante a compreensão da informação e se aponta para a inovação estilística ou imagética.
Definição de Identidades e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Observar se os temas mais caros aos programas jornalísticos estão voltados à acessibilidade, ao respeito a diversidade e à inclusão dos cidadãos e, mais especificamente, da comunidade universitária na produção do conteúdo noticioso.

Fonte: Elaborada pela autora a partir Becker (2012).

A partir de junção desse método com os indicadores do telejornalismo da televisão universitária, será possível conhecer, compreender e interpretar os sentidos das obras audiovisuais elaborados pela produção, os quais circulam, são apreendidos e reconfigurados pela recepção. Essa metodologia parece o mais apropriado para a TV universitária, pois pode apontar para “novas

formas de interpretação e de apropriação dos meios e das linguagens, contribuindo assim para a promoção da diversidade de representações, a pluralidade de expressões e a democratização dos meios” (BECKER, 2012, p. 241).



### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dos indicadores elaborados a partir de diferentes interpretações da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e do conceito de telejornalismo de interesse comum (COUTINHO, 2013) será possível analisar se o subcampo da televisão universitária é capaz de atender aos postulados do Campo Público de Televisão no Brasil, do qual faz parte. Da mesma forma, será possível avaliar se a produção jornalística de uma emissora ligada a Instituição de Ensino Superior é capaz de oferecer conteúdo complementar ao que é

produzido pelos sistemas comercial e estatal e de que maneira essa produção sobre influências de diferentes campos.

Para tanto, é necessário levar em conta que “para cada emissora, à luz de suas circunstâncias, sua missão própria e seu entorno social, cultural, econômico e político, os indicadores podem assumir pesos diferenciados” e por isso, não existe “uma cesta de métricas fechada que sirva universalmente a todas, sem a necessidade de uma adaptação mínima” (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 03-04).

### REFERÊNCIAS

BECERRA, Martin, WAISBORD, Silvio. **Principios y “Buenas Prácticas” para los Medios Públicos en América Latina**. UNESCO, 2015.

BECKER, Beatriz. **Mídia e Jornalismo como Formas de Conhecimento**: uma metodologia para leitura crítica das narrativas jornalísticas audiovisuais. In: Matrizes Ano 5, nº 2, São Paulo: jan-jun 2012. p. 231-250.

BUCCI, Eugenio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, Ana Maria. **Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas**: uma avaliação contemporânea. Série Debates CI, Brasília, 2012.

CIFUENTES, Diego Portales. Televisão Pública na América Latina: crises e oportunidades. In: RINCÓN, O. (Org.). **Televisão Pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: São Paulo: Friedrich-EbertStiftung, 2002.

COUTINHO, Iluska Maria da Silva. **A Informação na TV Pública**. Florianópolis: Insular, 2013.

CURADO, Camila Cristina; BIANCO, Nélia Rodrigues Del. **O Conceito de Radiodifusão Pública na Visão de Pesquisadores Brasileiros**. Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.

GUERRA, Josenildo Luiz. **Sistema de Gestão de Qualidade aplicado ao jornalismo**: possibilidades e diretrizes. Série Debates CI Unesco, Brasília, 2011.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **Manual para uma TV Universitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **Dossiê TV Universitária**: 45 anos de experiência. In: Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública. São Paulo: 2013. p. 08-14.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio; OLIVEIRA, Ricardo. **Mapa 4.0**: TV universitária brasileira. ABTU/UNB: 2020. Disponível em: <https://www.abtu.org.br/mapa-4-0>. Acessado no dia 22 de outubro de 2020.

MENDELL, Toby. **Serviço Público de Radiodifusão**: um estudo de direito comparado / Toby Mendel. Brasília: UNESCO, 2001.

ROCHA, Heitor Costa Lima da; MARROQUIM, Rafael Salviano Marques. **O Papel do Jornalismo no Processo Democrático**: a ética do discurso como essência da democracia deliberativa. In: Estudos em Comunicação nº 9, Curitiba, 2011. p. 143-160.

SILVA, Luiz Martins. O Jornalismo como Teoria Democrática. In: CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). **Vitrine e vidraça**- crítica de mídia e qualidade no jornalismo. Covilhã: LavCom, 2010.

UNESCO. **La Radio y Televisión Pública**: por qué? cómo? Maio de 2011.

VALENTE, Jonas Chagas Lúcio. **TV Pública no Brasil**: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. 2009. 210 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Brasília, 2009.