

# **UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP**

## **A TV Universitária de Votuporanga pelos olhos da recepção e seu papel como mídia educativa local**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista - UNIP para a obtenção do título de mestre em Comunicação.

**Giselda Fernandes Poiani Gomes**

**São Paulo**  
**2007**

**UNIVERSIDADE PAULISTA - UNIP**

**Programa de Mestrado em Comunicação**

**Área de Concentração: Comunicação e Cultura Midiática**

**Linha de Pesquisa: Cultura Midiática e Grupos Sociais**

**Orientadora : Profa. Dra. Eunice Vaz Yoshiura**

**A TV Universitária de Votuporanga pelos olhos da  
recepção e seu papel como mídia educativa local**

**Autora: Giselda Fernandes Poiani Gomes**

**Orientadora: Profa. Dra. Eunice Vaz Yoshiura**

**Aprovado pela Comissão Examinadora**

---

**Profa. Dra. Eunice Vaz Yoshiura**

---

**Prof. Dr. Juan Guillermo Droguet**

---

**Profa. Dra. Clélia Maria Leite de Hollanda**

## Resumo

A constatação de que a TV Universitária de Votuporanga, enquanto mídia televisiva local provida pelo Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, não aproveita seu potencial para atender à sua recepção constituiu o problema gerador desta pesquisa. O objeto de estudo se insere no âmbito da investigação da atuação da TV universitária no Brasil — prevista na Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995, conhecida como Lei da Cabodifusão — com transmissão em sistema aberto UHF e caracterizada como TV Educativa vinculada à uma instituição de ensino universitário.

Definiu-se como *corpus* de pesquisa a TV Universitária de Votuporanga, localizada na região Noroeste do Estado de São Paulo e mantida pela Fundação Rádio Educacional, que é ligada ao Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV. A hipótese afirma que a Universitária de Votuporanga não se vale de suas possibilidades enquanto mídia educativa local.

O objetivo genérico é explicar o modo de atuação da TV Universitária de Votuporanga. São seus objetivos específicos: 1) investigar as formas de participação da UNIFEV na produção da TV Universitária de Votuporanga; 2) realizar uma pesquisa de opinião junto à população de Votuporanga; 3) identificar o modo de produção dessa TV Universitária; 4) investigar como se processam as relações entre o Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, a TV Universitária de Votuporanga e a população local enquanto receptora.

Pretendeu-se responder às seguintes perguntas: 1) Como o Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV participa da TV Universitária de Votuporanga? 2) Como se caracteriza a produção dessa mídia televisiva? 3) Como se configura sua recepção? 4) Como se dá a relação entre sua emissão e recepção? Como referenciais teóricos o trabalho teve o embasamento das concepções de Ciro Marcondes Filho a respeito do papel da mídia televisiva no contexto de uma democracia; as afirmações de Pedro Demo referentes ao papel da universidade numa sociedade democrática; e as pesquisas desenvolvidas pela professora Cicília Maria Krohling Peruzzo acerca da mídia local como meio de formação cidadã.

Trata-se de uma pesquisa de cunho exploratório, com abordagem qualitativa, valendo-se também de dados quantitativos. Os procedimentos de pesquisa incluíram uma pesquisa de opinião com uma amostra significativa da população local por meio de um questionário semi-estruturado, observação *in loco* e entrevistas. Os resultados apontam que a TV Universitária de Votuporanga tem sinais que não atingem uma parte da população, mas onde eles chegam com qualidade, ela é vista principalmente em seus telejornais, onde se concentra a maior contribuição da universidade no tocante à programação.

Evidenciou-se também que há receptividade e expectativa da população para uma maior contribuição acadêmica e que um conhecimento mais amplo dos receptores lhe permitiria, tanto exercer melhor o seu papel de mídia local, como um desenvolvimento na direção da maior interatividade que se apresenta como possibilidade com a chegada da televisão digital. Explicitou-se, enfim, em que circunstâncias a TV Universitária ocupa um espaço que pode ser voltado para a conquista e para a afirmação da cidadania da população local receptora, para fazer frente à passividade e ao assistencialismo atualmente difundidos e,

ao mesmo tempo, como se vale da oportunidade de contribuição da UNIFEV enquanto parte de uma política maior de educação e cultura.

**Palavras-chave:** tv universitária, recepção, participação, democracia, meio.

## Agradecimentos

Embora o processo de elaboração de uma dissertação de Mestrado seja um trabalho individual e muitas vezes solitário, não se podem negar as contribuições de pessoas que somam e acrescentam um olhar sobre o mundo e tudo o que enriquece o trabalho, principalmente quando nos tornam melhores depois dele.

Foram muitas as pessoas que colaboraram para que este trabalho fosse concluído e nesse momento aprendemos como a grandeza do conhecimento adquirido pode estar relacionada à generosidade.

Quero agradecer, primeiramente, à orientação da professora Eunice Vaz Yoshiura, pela dedicação, pela mão firme e carinhosa. A todos os professores da pós-graduação da UNIP pelas importantes discussões sobre culturas midiáticas que me ajudaram a ampliar a visão sobre os estudos da comunicação.

Aos meus companheiros de docência e amigos, como a Fátima Aparecida dos Santos e a Ana Paula Moraes Teixeira, que mais do que apoio me disponibilizaram seus livros. Ao Edson Bogas pela revisão de Língua Portuguesa, impecável como é de sua natureza, e à Denise Beatriz Rack.

Não poderia deixar de agradecer à Ana Tereza Fava e os colaboradores da biblioteca da UNIFEV, que nunca mediram esforços para auxiliar na busca pelos temas e autores, pelo tratamento carinhoso e prontidão.

Ao pessoal da TV Universitária de Votuporanga, especialmente à Telma Regina Miceli Fava, cujas discussões foram essenciais para a elaboração deste trabalho. Ao professor Juliano Maurício de Carvalho pelo incentivo.

À família Poiani Lupo, Nicola, Josélia, Giulia e Sophia, que me acolheram em sua casa nos momentos mais difíceis de trânsito entre Votuporanga e São Paulo.

Aos meus filhos Bruno, Amália e Betina pela paciência que tiveram pela ausência da mãe e pelo incentivo que nunca deixaram de expressar. À Bete minha secretária e colaboradora fiel.

Finalmente ao Luca, pelas palavras duras, por compartilhar as idéias e as reflexões, e ainda encontrar tempo para momentos de lazer que tornaram esse trabalho mais ameno.

## **SUMÁRIO**

Introdução

### **CAPÍTULO 1**

1.1. Teorias correlacionadas ..... 06

### **CAPÍTULO 2**

2.1. Natureza da pesquisa ..... 13

### **CAPÍTULO 3**

3.1. A TV no Brasil ..... 26

3.2. A TV Universitária de Votuporanga ..... 31

3.3. A UNIFEV e a população ..... 38

3.4. Mídia local ..... 44

### **CAPÍTULO 4**

4.1. Caracterização da amostra ..... 49

4.2. Análise, interpretação e exposição dos dados ..... 53

### **CAPÍTULO 5**

5.1. Conclusão ..... 78

5.2. Bibliografia ..... 85

5.3. Anexos

## INTRODUÇÃO

O presente estudo originou-se da identificação da constatação de que a TV Universitária de Votuporanga, enquanto mídia televisiva local provida pelo Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, não aproveita seu potencial para atender à sua recepção.

Insere-se, portanto, no âmbito da investigação da atuação da TV Universitária, prevista na Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995, conhecida como Lei da Cabodifusão, embora sua transmissão seja em sistema aberto UHF, que a caracteriza como TV Educativa vinculada à uma instituição de ensino universitário.

Para tanto, definiu-se como corpus de pesquisa a TV Universitária de Votuporanga, localizada na região Noroeste do Estado de São Paulo, mantida pela Fundação Rádio Educacional, ligada ao Centro Universitário de Votuporanga, se passará a denominar UNIFEV.

Assumi-se como hipótese que a TV Universitária de Votuporanga não se vale de suas possibilidades enquanto mídia educativa local.

Tem-se como objetivo genérico explicar o modo de atuação da TV Universitária de Votuporanga e como seus objetivos específicos: 1) investigar as formas de participação da UNIFEV na produção da TV Universitária de Votuporanga; 2) realizar uma pesquisa de opinião junto à população de Votuporanga; 3) identificar o modo de produção dessa TV Universitária; 4) investigar como se processam as relações entre o Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, a TV Universitária de Votuporanga e a população local enquanto receptora.

Assim, pretende-se responder às seguintes perguntas: 1) Como o Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV participa da TV Universitária de Votuporanga? 2) Como se caracteriza a produção dessa mídia televisiva? 3) Como se configura sua recepção? 4) Como se dá a relação entre sua emissão e recepção?

Como referenciais teóricos o trabalho teve como embasamento as concepções teóricas de Ciro Marcondes Filho a respeito do papel da mídia televisiva no contexto de uma democracia; as afirmações de Pedro Demo referentes ao papel da universidade numa sociedade democrática; e as pesquisas desenvolvidas pela professora Cicília Maria Krohling Peruzzo acerca da mídia local como meio de formação cidadã.

Trata-se, portanto, de uma pesquisa de cunho exploratório, que inclue tanto abordagens quantitativas como qualitativas.

Diante das possibilidades de conhecer o público receptor pela sua proximidade geográfica com a TV Universitária de Votuporanga, busca-se entender como a recepção reconhece o veículo, como se comporta diante das TVs comerciais das grandes redes que transmitem programação produzida regionalmente e que importância esse público confere aos meios de difusão das informações locais, além de suas preferências pelas temáticas e conteúdos de programação.

Não cabe aqui questionar a hegemonia do emissor sobre o receptor, mas a sua relação como dois campos que se interferem.

Assim, procura-se também investigar a atuação da TV Universitária de Votuporanga, mapeando sua região de recepção, identificando sua audiência, verificando como se configura a disseminação das informações locais e

regionais que ela veicula e averiguando o interesse da população pela programação da emissora.

No primeiro capítulo procede-se uma revisão bibliográfica relativa à temática em estudo; no segundo capítulo é feita a caracterização da pesquisa; no terceiro capítulo busca-se identificar o lugar da TV Universitária no contexto brasileiro, abordando o desenvolvimento da mídia televisiva no Brasil, a TV Universitária de Votuporanga, o Centro Universitário de Votuporanga - UNIFEV, a sua inserção no contexto social de Votuporanga e a concepção de mídia local; no capítulo quatro se apresentam os resultados e a interpretação da pesquisa de opinião realizada junto à população de Votuporanga.

As conclusões e reflexões referentes às expectativas que se abrem são expostas nas *Considerações Finais*.

## CAPÍTULO 1

### REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Com relação ao quadro teórico de referências, foram estudados autores que ofereceram subsídios para a compreensão dos estudos da recepção, principalmente, de um veículo de comunicação local, pois o trabalho parte do pressuposto de que é importante considerar-se a recepção na construção da TV Universitária de Votuporanga, antevendo para essa emissora a possibilidade de realizar processos para a democratização do meio. Para tanto, foram utilizados os conceitos de TV educativa e mídia local e comunitária apresentados por Peruzzo (2003).

Sobre as TVs Universitárias em especial, foram encontradas no site da Associação Brasileira de Televisão Universitária - ABTU as referências sobre o meio. Além disso, foram consultados artigos, monografias e dissertações disponibilizados na Internet de autores como Priolli (2004), Magalhães (2003), Lima (2004), Ramalho (2005), Brazil (2006) e Trigueiro (2001).

Amparada também pelos estudos em comunicação de Wilbur Schramm (apud Souza, 2004), o qual introduziu, pela primeira vez, em 1954, o modelo de processo de comunicação a partir do conceito de *feedback*, a presente pesquisa busca, nas ciências da comunicação, os caminhos para a metodologia de estudo da recepção da TV Universitária de Votuporanga em Vassalo de Lopes (2001), Triguero (2000), Porto (2003), Souza (2004), Duarte e Barros (2005) e Novelli (1983).

Marcondes Filho (1994) foi a fonte dos conceitos referentes à televisão, seu papel social e sua filosofia empresarial, para a compreensão da TV em

questão, desde a sua criação até o presente momento e as transformações ocorridas no receptor durante esse período. Isso possibilitou uma reflexão crítica sobre o veículo.

Também foram de relevância as contribuições de Marcondes Filho (1988) para o entendimento da democratização do meio, não no sentido da multiplicação de canais retransmissores, mas da identificação de seu "produto": o que vai ser veiculado e o seu conteúdo, do ponto de vista da recepção, permitindo uma inter-subjetividade na abordagem do objeto de estudo.

Tendo em vista a produção de conteúdos da TV Universitária de Votuporanga, buscou-se entender as relações entre ela e a produção de conhecimento gerado na universidade. Foram encontradas em Demo (1980) as orientações sobre universidade e política social, e o entendimento sobre as suas funções principais que são o ensino, a pesquisa e a extensão. Em Chauí (2001) foram encontrados os conceitos sobre a prática do ensino e da pesquisa na universidade brasileira.

Para entender a UNIFEV, instituição de ensino à qual a TV Universitária de Votuporanga está diretamente ligada, e as suas relações com a população em seu entorno, foi investigado o Plano de Desenvolvimento Pedagógico (PDI) o qual fornece as diretrizes para os trabalhos de ensino, pesquisa e extensão dos docentes e discentes, tendo como parâmetros a população local. Ainda sobre esse assunto, foram tomados como base os artigos publicados na Revista Estudos, da Associação Brasileira de Mantenedoras do Ensino Superior, Responsabilidade Social das Instituições de Ensino Superior (2005).

Nessa concepção da atuação da universidade junto à população por meio da TV Universitária, buscou-se entender o exercício da democracia

enquanto jogo da cidadania baseado na participação da população local em Demo (1980) e Peruzzo (1998).

Não se trata aqui de pensar em “reger o mundo a partir de uma sala de aula”, como adverte Demo (1980, p. 69), mas de averiguar as possibilidades de uma instituição de ensino superior trazer para a realidade local, por meio da TV Universitária, o que é produzido dentro da academia, como os trabalhos e pesquisas científicas realizadas junto a essa população.

Se a pesquisa e extensão universitária podem servir para contribuir para a transformação da realidade local, precisa utilizar um meio de comunicação que esteja disponível e que seja de fácil acesso aos atores dessa realidade. Nesse sentido, foram encontrados fundamentos na teoria dos usos e gratificações, já que ela pressupõe uma relativização do poder dos meios de comunicação sobre as pessoas e a sociedade. A denominação "usos e gratificações", surgida em 1974, na obra de Katz, Blumler e Gurevitch (apud SOUSA, 2004, p.302), orientou a análise dos pressupostos comuns aos estudos já realizados dentro do modelo, como cita Sousa (2004, p.302),

[...] a concepção dos membros do público telespectador como entidades ativas que buscam satisfazer necessidades e resolver problemas, [...] entidades ativas a quem corresponde grande parte da iniciativa de escolher os meios de comunicação susceptíveis de permitirem a obtenção de gratificações, quando consumidos, para dar respostas a determinadas necessidades; os meios competem com outras fontes para satisfazer necessidades, até porque a comunicação social apenas pode dar resposta a uma gama limitada das necessidades humanas que exigem satisfação. Assim, varia também o grau de satisfação que pode ser obtido pelo consumo da comunicação social; metodologicamente, perspectivam-se os receptores como entes capazes de conscientemente informar sobre o que os motiva a consumir a comunicação social; não devem ser feitos juízos de valor sobre o significado cultural da comunicação social enquanto não se explora a orientação cultural do público.

Quando se pensa na comunicação por meio eletrônico para uma população local e na sua participação como forma de aproximação dessa recepção, são imprescindíveis os estudos de Peruzzo (2000) com relação ao relato de algumas experiências realizadas em TV comunitária e local que tiveram como objetivo a democratização das técnicas de produção e da transmissão de sons e imagens.

Essas programações de TV são transmitidas pelo sistema VHF (Very High Frequency), de aproximadamente 150 watts, têm baixa potência e, por não estarem regulamentadas por lei, são transmissões clandestinas e entram no ar em caráter ocasional até pelos riscos decorrentes da ilegalidade.

Como escreve Peruzzo (2000, p.06):

Trata-se de experimentos que objetivam exercitar a liberdade de expressão e contestar o sistema de concessão de canais de televisão no país, bem como sua programação essencialmente marcada por interesses mercadológicos. E, em casos específicos, objetivam democratizar técnicas de produção e transmissão televisiva junto a grupos populares.

Apesar dos riscos demandados pela ilegalidade, essas experiências ousaram criticar o sistema televisivo e mostraram possibilidades do uso social do meio.

Dentre essas experiências, que tinham como objetivo principal a democratização das técnicas de produção e transmissão de sons e imagens para grupos populares, destaca-se neste trabalho, a oficina de capacitação em comunicação comunitária dentro do Projeto CODAL – Comunicação para o Desenvolvimento da América Latina, realizado no Brasil, por meio da ABVP – Associação Brasileira de Vídeo Popular, em parceria com a TV Sala de Espera, que aconteceu em Belo Horizonte, entre maio e junho de 1995.

Participaram do projeto 35 (trinta e cinco) pessoas vindas de 12 estados do Brasil, inclusive do estado sede Minas Gerais,

que desenvolveram uma TV Comunitária, a TV Beira Linha, em parceria com a população local. Além da produção e reprodução a equipe procurou também, acompanhar a recepção dos programas transmitidos. Pesquisou residências e os postos de recepção coletiva como bares escolhidos como pontos de referência para quem não recebia bem o sinal, para levantar pautas, avaliar a aceitação da programação e ensinar as pessoas a sintonizarem o canal 8. (PERUZZO, 2000, p.07)

Conscientes da importância da formação de agentes locais para o desenvolvimento da comunicação comunitária com autonomia, a equipe procurou envolver os moradores da região nas atividades da oficina e buscou na pesquisa de recepção as respostas para a aceitação do canal e para a orientação para as pautas.

Como relatou Peruzzo (2000) em seu artigo, a ancoragem partiu das reportagens e da atuação em novelinhas e as pesquisas de recepção foram feitas por moradores da localidade.

Outra experiência importante para o entendimento de alternativas de TV que se aproximam da participação da população local é a TV de Rua, citada por Peruzzo (2000), como aquela em que os vídeos produzidos com a participação da população são transmitidos em espaços públicos abertos, tais como praças e ruas, ou fechados, como postos de saúde, creches, sindicatos, escolas, centros comunitários, associações de bairro, ginásios esportivos, hospitais, etc., sempre destinados à recepção local com propósito educativo.

A parte técnica de elaboração de roteiros, gravação e edição, normalmente é feita por uma equipe de produção vinculada a alguma entidade. Pode ser uma ONG – Organização Não Governamental, Igreja, Universidade, Sindicato, etc. No entanto, na maioria desses projetos tem-se como estratégia a participação das pessoas nas várias etapas do processo de elaboração de um audiovisual, tais como: na definição da temática do vídeo, na idealização do roteiro, na edição, no desempenho de papel de ator, de cantor, de emissor de informações (depoimentos, entrevistas), etc. Em outros casos a equipe, após estudo sobre as temáticas demandadas pela população local, grava (áudio + imagens) debates ou depoimentos das pessoas e em seguida exibe a gravação e

provoca a discussão do assunto. Há também a sistemática de abrir-se o debate após a exibição de algum programa para que as pessoas possam falar sobre o que tinham visto, e em seguida o exibe. Trata-se da técnica chamada de “Câmera Aberta”. (PERUZZO, 2000, p.08)

A TV Maxambomba, que surgiu em 1986, no Rio de Janeiro, ligada ao CECIP – Centro de Criação de Imagem Popular, uma ONG – Organização Não Governamental, produz materiais educativos audiovisuais em três principais áreas: cidadania, saúde e meio ambiente. Ela aperfeiçoou em 1995 sua programação a partir da investigação da recepção junto aos adolescentes.

A TV Maxambomba vai à escola (turmas do ensino médio), grava debates com os alunos sobre um tema. Volta à escola depois de 15 dias com a fita editada e os alunos podem acrescentar e tirar alguma fala, além de discutir o assunto (do vídeo) e o processo de produção e edição (como se faz, os elementos de linguagem, etc.) (PERUZZO, 2000, p.12)

As experiências realizadas em TVs comunitárias e locais serviram para que se pensasse nas possibilidades de aproximação entre a recepção e a TV Universitária de Votuporanga na tentativa de um modelo que se favoreça da participação das comunidades locais.

Ainda consideram-se as possibilidades eminentes de instalação do sistema de televisão digital no Brasil, se assim permitir uma nova legislação em andamento. Prevê o estímulo à produção independente de caráter regional, a criação de um sistema público de comunicação e serviços interativos que podem favorecer o desenvolvimento cultural e social, entre outros benefícios. Nesse sentido foram buscados subsídios para a análise da situação atual de sua implementação, frente às decisões políticas e da sociedade civil organizada, na Revista Informativo Intervozes - Coletivo Brasil de Comunicação Social (2006) e em artigo científico de Ana Vitória Joly (2002).

Entendendo melhor as particularidades que compuseram o nosso estudo para a pesquisa descritiva de observação, o seu registro, a forma de se analisar e relacionar as variáveis, como o próprio contato pessoal com a recepção, descrevemos nossa metodologia de pesquisa a seguir.

## CAPÍTULO 2

### CARACTERIZANDO A PESQUISA

É um desafio tanto para os seres humanos individualmente como para as instituições, compreender um determinado contexto para poder se adaptar e evoluir. Este desafio, ao mesmo tempo em que tem estado presente na história, carrega na sua essência um princípio de estratégia para o conhecimento de si mesmo, dos outros e do ambiente que permite o direcionamento adequado das ações com maiores possibilidades de resultados positivos. (VASSALO DE LOPES, 2000, p.221)

O procedimento inicial deste trabalho de pesquisa foi explorar a natureza da TV Universitária de Votuporanga, desde a sua criação até as suas relações com a academia e a população local.

O problema de pesquisa foi formulado após a imersão no assunto, amparado no estudo da literatura existente e na discussão com especialistas que acumularam experiência prática nesse campo, como a diretora de Radiodifusão da TV Universitária de Votuporanga e titular no curso de Jornalismo da UNIFEV na disciplina de Telejornalismo, professora Telma Regina Miceli Fava.

O estudo do problema foi configurado, num primeiro momento, pela identificação da percepção que o corpo docente tem dessa mídia, por intermédio de um questionário estruturado com questões fechadas, aplicado em 30 professores universitários da UNIFEV, sorteados aleatoriamente entre as áreas do conhecimento (anexo 1). Nele ficou evidenciada a falta de interesse pela TV Universitária de Votuporanga como divulgadora da sua produção acadêmica, nos níveis da pesquisa e extensão universitária.

Uma experiência *in loco* foi possível graças aos trabalhos de iniciação científica e pesquisa desenvolvidos com alunos da graduação do curso de Comunicação Social da UNIFEV. Um desses trabalhos - confrontando manifestações dos telespectadores com as opiniões do público em geral - foi apresentado no XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM 2006, na Jornada de Iniciação Científica em Comunicação – Intercom Júnior, realizado em Brasília, com o título “TV Universitária de Votuporanga: um estudo sobre o veículo, situação e possibilidades”. O projeto de pesquisa desenvolvido na UNIFEV intitulado: “TV Universitária de Votuporanga: receptividade e produção, um estudo sobre a autosustentabilidade do veículo”, revelou o potencial mercadológico inerente à emissora.

Uma primeira averiguação flutuante, com a intenção de compreender os atos comunicacionais entre o meio em questão e a sua recepção, revelou que a emissora não possui nenhum instrumento que forneça respostas da população local referente a sua imagem institucional. Assim sendo, essa população apresentava-se para as equipes de produção de programas também como uma incógnita.

Diante disso, optou-se por realizar uma pesquisa exploratória que trata de conceitos, percepções ou visões para ampliar os conceitos sobre a situação analisada (DUARTE, 2005, p.64).

Percebeu-se que somente por meio de uma investigação da recepção, seu perfil e como ela considera a programação da TV Universitária de Votuporanga, poder-se-ia obter dados que pudessem contribuir para a efetiva

compreensão do papel da emissora junto à comunidade universitária e o público externo.

Tendo em vista compreender o processo de interação na recepção da TV Universitária de Votuporanga, resolveu-se realizar entrevistas com a população de Votuporanga como forma de investigar tais relações.

Utilizou-se, para tanto, a pesquisa domiciliar em vários pontos dentro do município de Votuporanga. O questionário foi montado com questões estruturadas fechadas acerca da televisão de maneira geral, sobre a TV Universitária de Votuporanga mais especificamente, além de algumas questões sobre o perfil da população receptora do sinal.

Ao investigar a recepção, partiu-se da interação com a população local, com o objetivo de entender as preferências pelos canais televisivos comerciais e educativos, procurando contemplar algumas das características "vividas" dos fenômenos e reduzi-las a algumas características mensuráveis (EPSTEIN apud DUARTE e BARROS, 2005, p.26)

Optou-se tanto pela abordagem quantitativa quanto pela qualitativa, pois, de acordo com o problema de pesquisa, interpretar os dados objetivamente possibilitou entender o comportamento da recepção local da TV Universitária de Votuporanga, em comparação com as TVs comerciais das grandes redes, e por outro lado, uma aproximação não sistemática que enriqueceu os resultados com diferentes informações.

Para o procedimento de análise escolheu-se o tipo descritivo, pois buscou-se mapear uma situação, descrever e focar um determinado contexto (DUARTE, 2005, p.64)

Nessa perspectiva, a entrevista, com base no formulário semi-estruturado, passou a se apresentar como uma oportunidade para a coleta de dados.

A partir dos dados que foram coletados resolveram-se as questões propostas com a investigação do meio e da recepção, de acordo com os objetivos de pesquisa.

Para se compreender as características da população pesquisada faz-se necessária a apresentação de alguns dados do município.

A cidade de Votuporanga está localizada a Noroeste do Estado de São Paulo, distante 520 quilômetros da capital. Pertence à Região Administrativa de São José do Rio Preto e forma a Região de Governo de Votuporanga, juntamente com as cidades de Américo de Campos, Cardoso, Cosmorama, Floreal, Macaubal, Magda, Monções, Nhandeara, Parisi, Pontes Gestal, Riolândia, Sebastianópolis do Sul, Valentim Gentil e Álvares Florence.

Segundo dados estatísticos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE de 2000, a população estimada em 2006 é de 83.764 habitantes.

Para se ter uma medida das condições de vida na cidade de Votuporanga, buscou-se, na Fundação Estadual de Análise de Dados - SEADE, os indicadores do Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), que é utilizado para a medição e calculado a partir de indicadores de renda, longevidade e educação que, numa escala de 0 a 1, estratifica como IDHM baixo, médio e alto.

O IDHM de Votuporanga de 0,82 é considerado alto, pois, de acordo com convenções internacionais, o grau alto é atribuído aos municípios com IDHM maior que 0,800.

Foram verificados percentuais de crescimento nas áreas de renda, longevidade e educação. De acordo com o Seade, o IDHM do município se deve ao seu melhor desempenho na área da saúde, seguida dos melhores índices de escolaridade, que, juntos, mantiveram Votuporanga acima das médias estaduais, ainda que com baixos níveis de riqueza.

Com relação à riqueza, Votuporanga, segundo o Seade, ocupou as seguintes posições no ranking: Em 2000, a 264<sup>a</sup> posição e em 2002, a 256<sup>a</sup>, com uma média estadual com percentual de 50%, quando o município não atingiu os 36%.

Apesar de o valor adicionado *per capita* ter aumentado de R\$ 3.339,00 para R\$ 3.529,00, em 2002, houve decréscimo do indicador sintético de riqueza, em virtude da redução dos rendimentos e do consumo de energia (variáveis consideradas para compor a dimensão), reflexo do racionamento de energia elétrica em 2001.

Para se compreender como se dá a distribuição da mão-de-obra entre a população de Votuporanga, buscou-se o índice de concentração dos trabalhadores formais por setor de atividade. A atividade econômica que mais emprega é o setor da indústria (36,13%), seguida do setor de serviços (34,51%), comércio (25,65%), da agropecuária (2,59%) e da construção civil (1,11%).

A longevidade está relacionada à redução das mortalidades infantil e perinatal, o que levou o município às seguintes posições no ranking estadual:

em 2000, a 159<sup>a</sup> posição e em 2002, a 117<sup>a</sup>. Com redução acentuada nas variáveis de mortalidade de pessoas entre 15 e 39 anos e de pessoas com 60 anos e mais, foram as reduções nas taxas de mortalidade infantil e mortalidade perinatal as mais significativas em 2002, bem inferiores às registradas para o Estado, o que contribuiu para elevar o indicador sintético de longevidade do município. "Como resultado, Votuporanga ascendeu ainda mais no *ranking* desta dimensão". (SEADE, 2007)

No entanto, o comportamento das variáveis que compõem a dimensão escolaridade no período de 2000 a 2002 indicou uma diminuição com relação ao Estado.

A proporção de pessoas de 15 a 17 anos que concluíram o ensino fundamental variou de 74,1% para 72,8%; o percentual de pessoas de 15 a 17 anos com pelo menos 4 anos de estudo variou de 94,4% para 89,5%; a proporção de pessoas de 18 a 19 anos com ensino médio completo variou de 50% para 45,7%; a taxa de atendimento à pré-escola entre as crianças de 5 a 6 anos variou de 71,9% para 70,0%. Isso indicou que, ao contrário do observado no Estado, o município registrou queda no indicador sintético de escolaridade e, consequentemente, perdeu mais de 200 posições no *ranking*. Segundo o Seade (2007), as taxas de conclusão dos ensinos fundamental e médio e o atendimento pré-escolar apresentaram relativa estabilidade.

Em síntese, o Seade (2007) aponta que,

[...] apesar de ter ganhado posições no *ranking* de riqueza, Votuporanga retrocedeu em escolaridade, embora tenha se mantido em patamar satisfatório. Houveram avanços na longevidade, com a queda das taxas de mortalidade infantil, perinatal e adulto.

De acordo com as informações referentes ao Índice Paulista de Vulnerabilidade Social, no censo do IBGE de 2002, na cidade de Votuporanga, 90,9% dos responsáveis pelo domicílio são alfabetizados, 38,6% destes com ensino fundamental completo e rendimento médio mensal de R\$788,00. Ainda se consideraram os resultados de número médio de pessoas por domicílio que atinge o índice de 3,3 pessoas.

No campo das comunicações, Votuporanga conta com 02 (dois) jornais impressos de circulação diária, o "Diário de Votuporanga" e o "Jornal A Cidade", 03 (três) emissoras de rádio de freqüência FM (freqüência modulada) que são a UNIFEV FM, a Clube FM e a 87,9 FM, e 02 (duas) em AM (amplitude modulada) que são a Líder Am e a Rádio Cidade, além de 02 (duas) revistas de variedades de circulação mensal: Ícone e Perfil Magazine.

Entre os meios televisivos, temos as afiliadas das grandes redes, tais como a TV TEM da Globo e a TVI do SBT, que dedicam parte de suas programações para os conteúdos regionais, com destaque para os telejornais diários, e a TV Universitária de Votuporanga que tem o seu sinal transmitido para a população local, chegando a algumas cidades próximas ao município que pertencem a sua região administrativa.

Com a intenção de ouvir a população com relação à TV Universitária de Votuporanga e também das TVs comerciais em geral, considerando o caráter local da audiência, partiu-se para a constituição da amostragem da população.

A partir da perspectiva apresentada pelo IBGE como fonte oficial, foram selecionadas aleatoriamente e por conveniência, 500 pessoas entre 18 e 69 anos, que representam 1% do total de habitantes nesta faixa etária, como mostra a tabela com o resultado do censo demográfico de 2000,

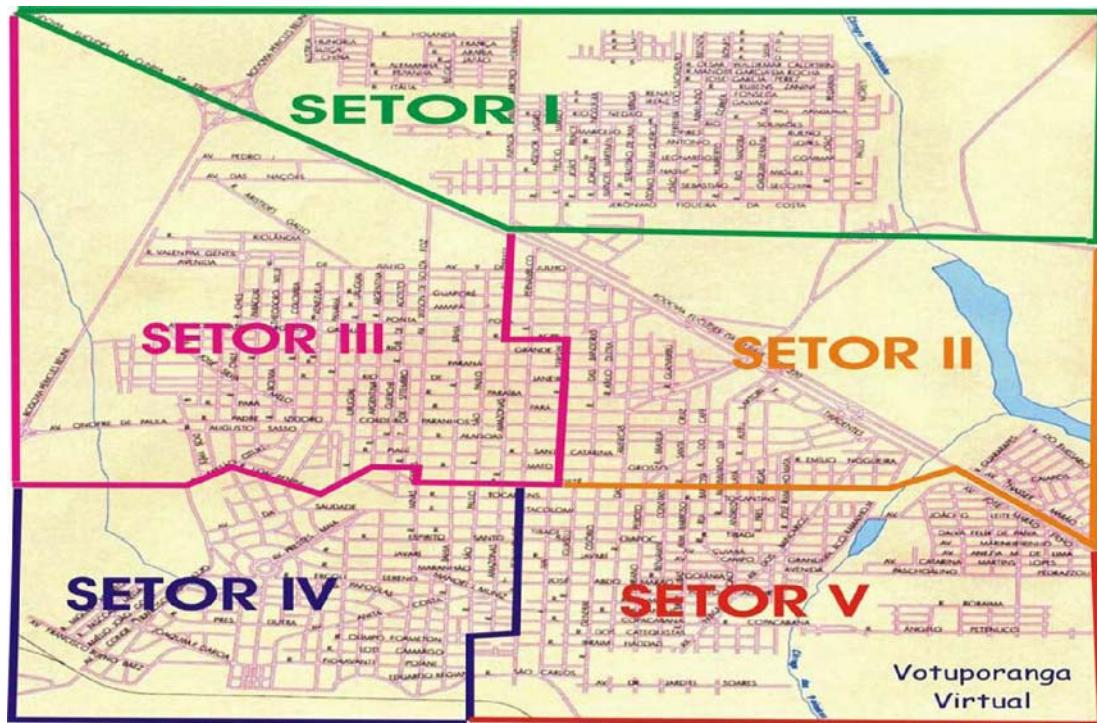
<b>Idade da População</b>	<b>Número de Habitantes</b>
18 a 19 anos	3.108
20 a 24 anos	6.741
25 a 29 anos	6.008
30 a 39 anos	12.264
40 a 49 anos	10.376
50 a 59 anos	7.177
60 a 64 anos	2.722
65 a 69 anos	2.219
<b>Total</b>	<b>50.615</b>

Entendeu-se, na escolha da amostragem, que entre 18 e 69 anos estão as pessoas que se expõem ao meio televisivo por um período mais longo e com uma preferência variada de programação, ao contrário das crianças e adolescentes que têm uma preferência particular e uma programação especialmente produzida para essas faixas etárias.

Para compor nossa amostragem, escolhida também aleatoriamente entre as casas dos bairros, bastava o entrevistado residir no município e possuir um aparelho de TV em sua casa.

Essa escolha foi feita com base em Duarte e Barros (2005, p. 69), para quem a relevância da fonte está relacionada com a contribuição que esta possa dar para se atingir os objetivos da pesquisa. A amostra selecionada aleatoriamente e por conveniência, em cada bairro, de forma probabilística permitiu atingir o objetivo de sinalizar como a TV Universitária de Votuporanga pode ser percebida do ponto de vista da recepção local.

A cidade foi dividida em cinco setores, como mostra o mapa abaixo e foram aplicados 100 questionários em cada setor, durante 44 dias, entre os meses de fevereiro e maio de 2006.



Fonte: mapa virtual disponibilizado no site da Prefeitura Municipal de Votuporanga.

Pode-se assim, com essa quantidade da população válida para o tipo de amostragem adotado, coletar dados em todos os bairros do município, independentemente de critérios socioeconômicos que poderiam privilegiar bairros de classe alta ou baixa, o que não era intenção neste trabalho. A divisão da cidade em cinco setores permitiu ainda realizar um levantamento do alcance do sinal na extensão territorial do município.

Cada pesquisador, com um questionário de quinze questões semi-abertas, registrou as respostas das perguntas preenchendo um gabarito e anotando as impressões dos pesquisados. A partir de um questionário semi-

estruturado, tratado individualmente como questionário de perguntas fechadas e abertas iguais para todos os entrevistados, foi possível estabelecer uniformidade e estabelecer a comparação das respostas.

Essa ação junto ao pesquisado possibilitou a coleta de informações que foram além do questionário, pois se desenvolveu um diálogo entre pesquisador e pesquisado. Dessa maneira, a pesquisa caracteriza-se também como Pesquisa de Opinião. Para, Novelli (apud DUARTE; BARROS (Org).2005, p.164.) a Pesquisa de Opinião tornou – se um método de investigação científica na maioria dos campos do conhecimento, inclusive em Comunicação Social.

Com a técnica da Pesquisa de Opinião procurou-se saber, por meio do questionário com perguntas fechadas apresentado ao entrevistado, quais as preferências e hábitos que as pessoas têm com relação à TV de uma maneira geral e à TV Universitária, em especial.

Escolheu-se essa forma de estudo pela sua flexibilidade, que possibilita a consideração de diversos aspectos da problemática investigativa. A Pesquisa de Opinião permitiu, além de atualizar os dados sobre os interesses da recepção com relação à TV Universitária de Votuporanga, ouvir dessa população as suas expectativas sobre o veículo. De acordo com Novelli (2005):

A pesquisa de opinião tem se mostrado instrumento tão valioso para a sociedade contemporânea, que, muitas vezes, deixa de ser compreendida como técnica de medição da opinião pública para tornar-se a própria expressão desta.

Conforme Duarte e Barros, (2005, p.25) que apontam que “as entrevistas que tanto podem ter o objetivo de obter informações no sentido tradicional, também atingem objetivos de participação e emancipação”.

Imediatamente após a pergunta fechada abriu-se oportunidade para o diálogo aberto sobre a questão.

A entrevista, enquanto técnica de pesquisa, possibilitou investigar a aceitação pelo público da programação disponibilizada, identificar o seu perfil demográfico, investigar os pontos de resistência ao canal, a freqüência com que assiste a TVU, e se existe dificuldade na recepção do sinal. Para verificar a visibilidade da TVU junto à população local, utilizou-se como base o procedimento de análise e interpretação dos dados quantitativos e qualitativos. Como Triguero (2000), entendeu-se que uma mesma mensagem não é recebida da mesma forma por todas as pessoas. Assim sendo, buscou-se identificar na análise quantitativa as diferenças de preferência entre o veículo comercial e o educativo.

A difusão de uma mensagem poderá ser igual e recebida por grandes audiências, porém sempre serão percebidas diferentemente. Portanto, comunicação em todas as situações nunca será mera transferência de informação. A recepção de mensagens, veiculadas por canais, interpessoal ou de massa são percebidas e processadas de maneiras diferentes. Cada pessoa integrante de uma audiência tem diferenças cognitivas e particularidades com relação aos conteúdos discursivos interpessoais ou midiáticos. (TRIGUERO, 2000, p. 05)

Considerando o pensamento de Trigueiro, nessa pesquisa foram aceitas respostas da população não previstas no formulário de questões. Isso contribuiu para enriquecer os resultados. Ocorria principalmente, quando os entrevistados respondiam “por que” preferiam determinada programação e quais as suas opiniões sobre ela.

Cada questão foi dialogada a partir da resposta do entrevistado. Assim, as perguntas gerais deram origem a outras específicas. Dessa forma,

foi possível interpelar os pesquisados, tendo em mente o seu conhecimento sobre a TV Universitária de Votuporanga.

Pelo grau de envolvimento, os pesquisados mostraram disponibilidade e disposição para revelar suas opiniões e sentimentos com relação à TV Universitária de Votuporanga.

Em síntese, a aproximação da TV Universitária de Votuporanga de sua audiência por meio dessa forma de pesquisar proporcionou uma série de reflexões sobre os usos que a recepção faz do meio televisivo e de outros usos possíveis. Os questionários foram aplicados por um grupo formado por alunos do curso de Comunicação Social devidamente orientado para se alcançar os objetivos com a pesquisa.

No próximo capítulo, buscou-se, no estudo da televisão no Brasil, desde o seu surgimento até o controle remoto, levantar subsídios para analisar a TV Universitária de Votuporanga como mídia local e o seu papel junto à UNIFEV e à população.

## CAPÍTULO 3

### IDENTIFICANDO O LUGAR DA TV UNIVERSITÁRIA

#### 3.1. A TV no Brasil

Neste capítulo traça-se um relato histórico focalizando as forças políticas e econômicas que estão por detrás do processo de implantação da televisão no Brasil. Aborda-se o período em que foi criada a TV Universitária no Brasil, o seu contexto histórico e a criação da TV Universitária em Votuporanga.

Realiza-se um levantamento de dados bibliográficos que permitiram entender as relações entre a TV Universitária de Votuporanga, a UNIFEV, a população local e os meios de comunicação disponíveis para ela.

A televisão surgiu no Brasil nos anos 50 e em sua primeira fase de existência nada mais era do que um meio de comunicação a mais, além dos já consagrados. Com uma posição mais ou menos definida, buscou-se encontrar espaço especialmente entre o rádio e o cinema.

A década de 60, por sua vez, mostrou alguns avanços com a TV Tupi, que detinha a primazia de uma pequena audiência, e enfrentava a concorrência de novas emissoras, como a TV Record e a TV Excelsior, todas transmitindo suas imagens de São Paulo.

Justamente devido à competição entre as emissoras, nessa época a televisão começou a ficar mais ousada, produzindo shows de auditório, programas humorísticos longos, programas de prêmios e de calouros e tem início também a transmissão de seriados de origem americana que pela

quantidade de filmes distribuídos entre as emissoras, tornava-se um produto barato.

Nesse período aumentaram as expectativas comerciais em relação à televisão. A audiência também começou a crescer e os aparelhos eram comprados em grande escala. Aos poucos ela foi-se tornando uma necessidade social geral da população.

Como um meio que se projetou para as grandes massas, nos anos 70, a TV Globo já assumia a liderança absoluta da audiência.

Um sofisticado sistema de produção e distribuição, da ampliação dos meios de reprodução de seus sinais pelo país inteiro e de uma filosofia nitidamente empresarial, caracterizada pela introdução de princípios de rentabilidade e eficiência até então desconhecidos, pode-se dizer que, agora sim a televisão amadurece. (MARCONDES FILHO, 1994, p.29)

A televisão deixou de ser um meio de comunicação que apenas dava uma nova roupagem às peças teatrais, ao humor radiofônico e ao jornal, para ser um sistema que criava sua própria forma de criar as narrativas. A linguagem da televisão nasceu nesse momento.

Foi no final da década de 60 e início da década de 70 que apareceram os grandes questionamentos a respeito da magnitude da televisão e dos perigos sociais que dela poderiam surgir.

As teorias críticas em relação à televisão falam da “massificação da sociedade”, do controle da opinião pública, da industrialização das culturas populares, que por conta da influência deste meio, vão se tornando cada vez mais padronizadas, (TRIGUEIRO, 2000, p.06)

Nesse cenário surgiu a primeira TV Universitária, em 1967, no Recife, considerada a primeira TV Educativa do país. Essa categoria de televisão foi criada pelo Decreto-Lei 236, de 1967, que contrapunha a televisão educativa à televisão comercial, já em grande expansão pelo país.

Nesses anos, a televisão universitária não teve grandes avanços, pois, mesmo tendo preferência para a obtenção de concessões, as universidades foram desprezadas quando da distribuição de canais.

As TVs educativas serviram, por muito tempo, como moeda de barganha política e de instrumento estatal de divulgação “oficial”, desvirtuando o objetivo de criar uma opção de televisão preocupada com o conhecimento. (MAGALHÃES, 2003)

Além disso, a sociedade brasileira estava bastante influenciada por lutas políticas e ideológicas, nas quais se questionavam os fatos de os proprietários dos veículos da comunicação serem membros da classe social dominante e, por conseguinte, também detentores dos meios econômicos, políticos e de prestígio social.

O temor dos opositores centrava-se no fechamento da cultura, pois a comunicação era limitada a um grande emissor, no caso, a TV Globo, a emissora que monopolizava a audiência na época.

Muitas bandeiras foram levantadas na intenção de demonstrar que uma democratização dos usos da comunicação iria promover o equilíbrio mais democrático da sociedade. A multiplicação de canais era vista ingenuamente como sinônimo de democracia. No entanto, Ciro Marcondes Filho (1994) adverte:

Todo mundo falando não cria democracia, respeito ao próximo, ao cidadão, ao consumidor. Isso é tarefa da

educação (para a democracia). Cria, no máximo, uma avalanche de vozes em que todo mundo quer falar e ninguém quer ouvir. A questão não é a produção da comunicação, mas também seu "produto". De nada adianta dar TV ao povo se ele for reproduzir o discurso dos poderosos que está em sua cabeça.(MARCONDES FILHO, 1994, p.30)

A partir dos anos 80, viu-se a introdução de novos sistemas eletrônicos que possibilitava a existência de múltiplos emissores de comunicação, de múltiplas mensagens. Observou-se o fim daquilo que servia de base à crítica na época anterior: o monopólio em torno de um único transmissor. Como afirma Santaella (2002, p.49), "saímos da cultura de massa para a cultura das mídias".

Assim, a TV transformou-se de uma "janela eletrônica" aberta para o mundo, onde se permitia ver tudo que estava acontecendo na cidade, no país, no mundo ou no universo (enfim, fatos transmitidos mais rapidamente que pelo jornal e mais completos que no rádio), para um conjunto de programas que passaram a simular o mundo.

A TV deixou de ser um ponto intermediário entre o acontecimento e o telespectador para ser um ponto final ou um ponto inicial. A diferença era que ela não transmitia apenas o mundo, ela fabricava mundos:

Insensivelmente a televisão que se pretende um instrumento de registro torna-se um instrumento de criação da realidade. Caminha-se cada vez mais rumo a universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão. (BOURDIEU, 1997)

Um componente decisivo dessa fase, em que a televisão passava a produzir imaginários, era a auto-referência ou auto-celebração. A televisão não era mais um meio de comunicação que estava lá para intermediar, para realizar exatamente aquilo que lhe dava o nome, ou seja, um médium, uma ponte entre

uma coisa e outra. Agora ela própria era o espetáculo. Ela se vendia como espetáculo, grande fábrica de sonhos.

A televisão assume-se como uma espécie de grande estúdio hollywoodiano, com a diferença de que ela produz um fato novo a cada dia e com isso alimenta sistematicamente e regularmente os telespectadores. A televisão inverte absolutamente aquilo que é a dimensão do real. Se antes, na primeira fase, a televisão mostrava uma realidade, agora, com o fenômeno da auto-referencialidade, ela própria que é a realidade. (MARCONDES FILHO, 1988)

No final do século, a televisão havia se tornado um veículo de comunicação dominante; se sobrepôs a todos os outros meios e os fez subordinarem a ela sua linguagem, seus temas, sua estrutura. Pelo fato de os meios de comunicação, nessa sociedade de final de século, terem-se tornado os sistemas mais decisivos da própria sociedade, constatou-se, a partir de então, que praticamente tudo na sociedade passava a girar em torno dos meios de comunicação, em especial, da televisão.

Ainda é nesse final de século que a televisão deixou de ser um aparelho que se tinha dentro de casa para assistir-se aos mundos fabricados em estúdio, para passar a contar com uma participação maior do receptor, primeiramente por meio do controle remoto, mas também por meio de um acesso muito maior à diversidade de fontes emissoras e de uma nova relação de tudo isso com o mundo múltiplo da eletrônica.

Está-se diante de uma nova maneira de ver a televisão, o fim do receptor passivo, da não-interatividade na comunicação. Está-se agora num mundo em que ela se coloca como algo plural, marcado por uma diversidade até então desconhecida de opções e pelo desaparecimento da TV como uma única fonte que informa tudo a todos.

### 3.2. A TV Universitária de Votuporanga

Quando se considera que imagens distantes e cada vez mais definidas são captadas por pequenas antenas, além de imagens que são criadas em computador e enviadas por meio de linhas telefônicas, pode-se dizer que as evoluções tecnológicas acentuadas no início deste século dão origem às transformações de cunho econômico, social e cultural.

Nesse contexto, toda essa tecnologia dos sistemas de telecomunicações, a informação e os meios de comunicação, demandam novas reflexões sobre seu fundamento e, principalmente, seu impacto e papel social.

Atualmente vêm-se manifestar entre os setores políticos e profissionais ligados às comunicações tantas discussões sobre a implantação da TV digital no Brasil, sobre a democratização das imagens como instrumento de desenvolvimento e transformação social e sobre um novo sentido de audiência que passa da massa para a segmentação.

Nessa TV segmentada o espaço das TVs Universitárias pôde ser ampliado. Essa é a realidade em vários municípios brasileiros, nos quais as instituições de ensino superior veiculam programas tematizando aspectos fundamentais da realidade e colocando à disposição do cidadão-telespectador parte da produção acadêmica.

A instalação da TV Universitária em Votuporanga, de acordo com seu estatuto, está baseada na execução do serviço de Radiodifusão Educativa e na produção de programas que compreendem todos os níveis de ensino, além de, promover o desenvolvimento técnico científico e cultural que neste sentido

explora todas as modalidades em som e imagem que lhe foram concedidas pelo Ministério das Comunicações.

A TV Universitária de Votuporanga foi criada pela Fundação Rádio Educacional que tem no Conselho Administrativo o seu órgão soberano, constituído pelo Conselho de Curadores da Fundação Educacional de Votuporanga, também mantenedora do Centro Universitário de Votuporanga, que aqui chamaremos de UNIFEV.

Ela transmite seu sinal em UHF (Ultra High Frequency), e, funcionando localmente, é chamada de comunitária, mas de fato é uma TV local educativa (PERUZZO, 2000, p.02).

De acordo com as características das televisões comunitárias em UHF, apontadas por Peruzzo (2000, p.04), pode-se dizer que a TV Universitária de Votuporanga se aproxima desse perfil de emissora, pois:

- Os programas produzidos localmente são limitados a até 15% do tempo de programação.
- Existe uma diversidade de padrões de atuação e de programação dependendo de seus vínculos. No caso da TV Universitária de Votuporanga destaca-se o vínculo com a Fundação Rádio Educacional, mantida pela Fundação Educacional de Votuporanga, também mantenedora da UNIFEV – Centro Universitário.
- A gestão burocrática é convencional.
- É de propriedade privada, porém de uma fundação sem fins lucrativos.
- Pode sofrer interferências de interesses políticos partidários ou comerciais, comprometendo sua linha de atuação comunitária.

- Faz retransmissão de programas educativos e culturais de TVs abertas (educativas).
- Não permite publicidade comercial, mas apenas patrocínios na forma de apoio cultural, apesar de essa imposição estar sendo desrespeitada por praticamente todas as emissoras.
- A audiência local é heterogênea.
- Seu canal é constituído legalmente.

Como retransmissora do canal educativo TVE Brasil do Rio de Janeiro, a TV Universitária de Votuporanga entra no ar, atualmente, por quatro horas diárias, com uma programação cujo objetivo principal é a execução de teledifusão educativa e prestação de serviços, obedecendo à legislação federal específica das TVs educativas.

Nesse sentido, pode-se pensar nela como veículo de informação, além do seu caráter de difusora de conhecimento. Assim, na sua relação com a recepção, poder-se-ia supor que provocasse mudanças nas pessoas, pois,

[...] além de distrair, são veículos (usa-se a palavra veículo para rádio, televisão, cinema, etc...como sinônimo de algo “que conduz”; no caso, eles conduzem mensagens sociais) que informam as pessoas e funcionam como meio de atualização; e ainda porque vão até a casa das pessoas, em vez de as pessoas irem até eles; e depois, porque tornam-se “da família”, são cotidianos e têm recepção regular contínua. (MARCONDES FILHO, 1988, p.20)

Como afirma Aronchi de Souza (2004, p.32), pode-se identificar e classificar os programas de um canal de TV pela análise da grade de programação. A TV Universitária tem uma produção audiovisual pautada na educação, cultura e cidadania, na promoção do conhecimento produzido também pela comunidade acadêmica - característica propícia do meio; porém

se padroniza por modelos comerciais já consagrados pelas TVs das grandes redes privadas.

As televisões privadas de corte convencional têm finalidades lucrativas, e, embora subordinadas aos mesmos preceitos institucionais das demais, privilegiam os interesses do mercado e da audiência, prejudicando fortemente a qualidade do conteúdo de suas programações. (...) nos programas apresentados nas emissoras públicas há um maior sentido de autoria, enquanto nas emissoras privadas o próprio conteúdo é determinado pelos interesses da audiência". (A MISSÃO DA TV PÚBLICA, 2006, p.29)

Refletindo acerca das diferenças entre TV pública e privada (ou de mercado) de acordo com o relatório final do "I Fórum Nacional de TVs Públicas" de 2006, vê-se que as TVs Universitárias se aproximam das TVs públicas pelo seu escopo mais geral, ou seja, sua missão enquanto veículo de difusão. Essa missão está dividida em cinco vertentes: educação, cultura, arte, informação e entretenimento.

Essas cinco vertentes da televisão pública tornam-se cada dia mais importante, pois, com a fragilidade da escola pública, com a diminuição da influência da família e a presença maciça do mercado impondo o consumo como padrão prioritário do desejo, a televisão aberta ganhou, no Brasil, uma presença relevante como instrumento da formação complementar do homem, em geral. (A MISSÃO DA TV PÚBLICA, 2006, pág.29)

Levando em conta as considerações teóricas de Marcondes Filho (1988) e Demo (1980), referidas no primeiro capítulo, a TV Universitária tem nas suas particularidades enquanto meio, com todas as suas possibilidades de atuação, condições para constituir-se numa mídia que se preocupa com as expectativas e aspirações da população local, em função da qual pode direcionar sua programação. Pautada e relacionada também com a produção do conhecimento acadêmico, esse pode ser o elo que une o espaço da produção, aos anseios dos produtores culturais e educativos.

Na época da criação da TV Universitária de Votuporanga, a UNIFEV, instituição de ensino superior a qual está ligada, possuía apenas os cursos superiores de Administração, Letras, Pedagogia, Ciências Contábeis e Administração.

Nesse período a TV Universitária começou a funcionar com a transmissão de telejornais locais produzidos por profissionais vindos do rádio e dos jornais impressos do município, que reproduziam os modelos dos telejornais de emissoras das grandes redes comerciais, tanto no formato quanto nas temáticas, dedicando espaço ao Centro Universitário de Votuporanga apenas para os assuntos institucionais.

Mais tarde, em 1995, com a criação do curso de Comunicação Social, com habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda, novos profissionais, com formação superior, vieram completar os quadros da produção de programas e telejornais e apresentação destes no vídeo.

Com a inclusão desses novos profissionais, programas foram criados, com as mais diversas temáticas, tais como comportamento jovem, culinária, saúde, turismo regional, programas especiais sobre eventos culturais, todos com enfoque local.

Muitos dos programas produzidos deixaram de ser veiculados no canal, uma vez que os orçamentos de suas produções estão subordinados às mudanças de diretoria na Fundação Educacional de Votuporanga - FEV, instituição mantenedora e fonte principal de recursos, tanto da Fundação Rádio Educacional – TV Universitária, como da UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga.

Pôde-se verificar no histórico da TV Universitária de Votuporanga que, por não haver uma definição precisa do seu público, a produção dos seus programas é definida sem critérios e sem amparo em dados objetivos.

Quando a sua programação inclui esclarecimentos sobre doenças e epidemias ou outras questões problemáticas relacionadas à falta de saneamento, nutrição mais e menos adequada e outros assuntos de interesse de segmentos sociais excluídos, a produção do telejornal e de programas específicos de saúde busca na academia, por intermédio do corpo docente, esclarecimentos e complementação para a notícia.

Para Gabriel Priolli, atual diretor presidente da ABTU, os canais universitários deveriam, por meio do diálogo, buscar definir sua programação, vinculando-a à realidade institucional e cultural do local onde estão inseridos. “Dessa discussão, a meu ver, decorrerá uma programação mais aprofundada e mais pensada, mais trabalhada nos canais universitários.” (PRIOLLI, apud LIMA, 2004, p.01)

Neste trabalho, estuda-se a TV Universitária de Votuporanga e o público telespectador para o qual ela dirige a sua programação, com intenção de propiciar a emissão e a recepção a partir da relação entre os receptores.

Esse diálogo entre a TV Universitária e a recepção local pode significar uma participação mais efetiva desta nas escolhas temáticas da programação e propiciar uma atitude mais crítica.

Para Lima (2004, p.01), de um modo geral, as universidades brasileiras estão iniciando sua experiência em televisão: “Muito jovem ainda e, considerando-se a história da televisão brasileira, a TV Universitária pode ocupar um espaço voltado para a conquista e afirmação da cidadania.”

Por cidadania entende-se a qualidade social dos participantes de uma sociedade organizada sob a forma de direitos e deveres majoritariamente reconhecidos, sendo que como direitos, estão os ditos direitos humanos e entre os deveres está, sobretudo, o compromisso comunitário de cooperação e co-responsabilidade. (PERUZZO, 1998, p.279). Ainda nessa concepção, entende-se que o exercício da democracia, enquanto regra do jogo da cidadania está baseado na participação.

De acordo com Demo (1980), a participação da população, em qualquer campo, como transformadora da cultura e da realidade, tem como objetivos: a autopromoção, a realização da cidadania, a definição das regras do jogo, o controle do poder, a moderação da burocracia, a prática da negociação e a construção de uma cultura democrática (DEMO apud PERUZZO, 1998, p. 278).

Com relação aos meios de comunicação, Peruzzo (1998) acrescenta que, para garantir a participação há necessidade de abertura e de manutenção de canais e socialização da informação e do conhecimento.

Assim, focalizando a participação como um exercício para a democracia enquanto uma estratégia mais ampla de transformação da cultura e da realidade, interessa, neste trabalho, levantar dados sobre a recepção da TV Universitária de Votuporanga, evidenciando como aquela pode participar da programação, das escolhas dos conteúdos e da crítica à própria TV enquanto meio de veiculação local.

É importante destacar, como nos aponta Peruzzo (1998), que as motivações “para a população ter uma participação nos veículos a que estão de certa forma ligados organicamente são inúmeras e podem conter diferenças

entre si mesmas, dependendo das especificidades, das circunstâncias e dos propósitos em jogo”.

Neste estudo, tem-se como pressuposto que a manutenção do canal televisivo e a socialização das informações e dos conhecimentos, que podem ser difundidos pela TV Universitária de Votuporanga, a partir da produção acadêmica da UNIFEV, compreendem todas as áreas do conhecimento que esta produz e reproduz. A seguir detalhar-se-ão alguns dos trabalhos acadêmicos realizados pela UNIFEV e como estão diretamente ligados à população local.

### 3.3. A UNIFEV e a população

Recrediada em 2004, a UNIFEV, caracteriza-se como instituição comunitária, de Direito Privado, sem fins lucrativos, nos termos da Lei Federal nº 9394, de dezembro de 1996.

É mantida e administrada pela diretoria executiva da Fundação Educacional de Votuporanga – FEV, que é eleita por um conselho de curadores formado por representantes de diversos segmentos organizados do município.

Atualmente a UNIFEV possui três *campi* para atender a demanda dos 30 cursos de graduação que oferece.

Na área da educação, a integração do processo ensino/ aprendizagem, está no desenvolvimento de ações em escolas da rede privada e pública municipal, que aproxima acadêmicos, população local e alunos do ensino médio e fundamental.

Na área da saúde, a UNIFEV está presente em vários espaços responsáveis pelo atendimento à população e, em específico, aquela carente. Em estágios supervisionados, os estudantes estão assumindo a prestação de serviços às comunidades, em trabalhos realizados em clínicas dos cursos de Nutrição, Fisioterapia, Fonoaudiologia, Enfermagem, Biomedicina e Farmácia.

De acordo com a Revista "Ações de Responsabilidade Social, 2005/UNIFEV – Centro Universitário de Votuporanga", somente no ano de 2004, 860 pessoas, entre crianças, jovens e adultos, portadores ou não de necessidades especiais, foram atendidas por projetos de extensão acadêmica do curso de Educação Física, tais como: Dançando no *Campus Sul*, Esporte e Cidadania, Criança Especial, Eficientes, Criança e Recreação, Esporte na UNIFEV, Arte Marciais, Prescrição de Exercícios Resistidos para População Adulta Normal e Exercícios Resistidos para Mulheres Obesas.

Treinamentos nutricionais para Administração e Serviços Públicos de Alimentação capacitam e orientam os servidores públicos que trabalham com merenda escolar para crianças e adolescentes.

A título de exemplo, especifica-se aqui que 32.704 pessoas foram atendidas pelas clínicas de fisioterapia, dos quais 29.681 são atendimentos em empresas, asilos, ambulatórios e no hospital Santa Casa, em associações de assistência social, praças e centros de educação.

A qualidade no atendimento, de acordo com o PDI (Plano de Desenvolvimento Institucional da UNIFEV), atribuída aos cursos de extensão e às atividades desenvolvidas nas áreas das ciências, atrai uma significativa parcela da população, que busca na IES informação e orientação para solução de problemas do cotidiano, de participação no mercado de trabalho, assim

como esclarecimentos de dúvidas na área jurídica, diagnósticos sociais, programas de auxílio à educação, programas de bolsa de estudos e esclarecimentos sobre planos de saúde.

O Núcleo de Habitação, do curso de Arquitetura e Urbanismo, desenvolve projetos de orientação arquitetônica atendendo instituições assistenciais e famílias carentes cadastradas junto à Prefeitura, de acordo com suas necessidades de moradia e recursos econômicos para a construção.

O curso de Comunicação Social, com habilitações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda e projetos desenvolvidos na Agência Experimental, possibilita trabalhos para a população em formato de campanhas institucionais de conscientização pública, além da produção de jornais e informativos educacionais e segmentados por públicos de interesse.

De 2001 a 2004, foram realizados mais de 138 mil atendimentos específicos para a população, além de Congressos, Seminários, Semanas de Estudos, Fóruns, Encontros Regionais e Simpósios, conforme o último levantamento institucional acerca do seu atendimento junto à população, realizado em 2004.

Esses números, referentes ao ano de 2004, estão desatualizados com relação à situação atual de 2007, quando se registra o aumento de projetos de extensão e o número dos laboratórios e clínicas de atendimento a essa população.

Ainda é preciso considerar o fato de que os projetos não contemplam toda a população local e nem toda extensão territorial do município, pois alguns têm seu foco em determinadas regiões da cidade observa-se ainda que são todos orientados por resultados de pesquisas específicas.

De acordo com o PDI (2002 a 2006), nessas atividades buscam-se “integrar estudantes e profissionais das diversas áreas, possibilitando para a população o acesso ao conhecimento que deverá transformar o cenário social e cultural dessa população”,

Para explicar o papel da universidade junto à sociedade, Chauí (2001) divide a política universitária em três etapas: funcional, de resultados e operacional. Deste ponto de vista, a primeira fase corresponde aos anos 1970, no decorrer do “milagre econômico; a segunda, ao processo conservador da abertura política da década de 80; e a terceira, ao neoliberalismo dos anos 90, (...) que engloba as várias reformas do ensino destinadas a adequar a universidade ao mercado”. (p.189)

Para a autora, enquanto a universidade clássica estava voltada para o conhecimento, a funcional estava voltada para o mercado de trabalho, a universidade de resultados, para as empresas, e a universidade operacional, que vivenciamos hoje, “(...) por ser uma organização, está voltada para si mesma como estrutura de gestão e arbitragem de contratos (...)” (2001, pág. 189). Nesta perspectiva, observa que a universidade operacional é regida por contratos de gestão, avaliada por índices de produtividade e calculada para ser flexível.

Para Demo (1984, p. 65), a universidade tem três funções básicas: a de pesquisa, a de docência e a de extensão.

Concluiu-se que a TV Universitária, em última instância, deve seguir as premissas básicas que norteiam o ensino superior: o ensino, a pesquisa e a extensão.

A extensão, para esse autor “jamais esteve à altura das outras, pois nunca obteve uma fundamentação teórica satisfatória ou uma prática realmente convincente”.(DEMO, 1980, p.65)

Para a UNIFEV, os programas de extensão universitária são, em muitos casos, direcionados a uma emergência social, educacional, cultural e ligados à saúde, dentro de um componente da política social da própria instituição conforme orienta Demo:

De todos os modos, a educação (a partir da extensão universitária) assume o mesmo desafio da política social de se dedicar prioritariamente às camadas mais carentes da população, de privilegiar as regiões mais atrasadas, de ser intrinsecamente redistributiva, de visar a auto-sustentação econômica e política das comunidades.

Neste estudo, rejeita-se admitir que, nas ações voltadas para as comunidades mais carentes, as questões econômicas, políticas e sociais devam ser tratadas com fundamento no conformismo. Entende-se que a universidade não é um “baluarte da democracia e da liberdade”, porque nela a ideologia elitizante tende a se sobrepor: à custa dos não-privilegiados, “na universidade vende-se e produz-se *status* , que nem sempre é econômico, mas que sempre é pelo menos de ordem técnica e intelectual, o que afasta definitivamente o técnico e/ou intelectual do homem médio”. (DEMO, 1980, p. 66)

Quando se reconhecem essas condições, torna-se mais clara a afirmação de que a “elite universitária deve à sociedade a retribuição pelos privilégios que desfruta” (DEMO,1980, p.67):

Ora, socialmente falando, a universidade chega a ser, muitas vezes, um fenômeno preocupante (...) Preocupa o fato de que uma instituição tão dispendiosa tenha um impacto redistributivo tão mínimo. Preocupa que a energia política seja

despendida em atividades tão secundárias. Preocupa o distanciamento das necessidades do mercado. Preocupa o cultivo de teorias importadas servilmente para defender a necessidade de autonomia. Preocupa que a pesquisa seja tão pouco capaz de mudar a realidade. (DEMO, 1980, p.67)

Observa-se com relação à UNIFEV, que nos últimos dez anos todos os esforços da Fundação Educacional de Votuporanga estão direcionados sobretudo para a ampliação da sua estrutura física: hoje comporta salas de aula e laboratórios para sete mil alunos, divididos em 30 cursos superiores. Atualmente seu empenho se volta para a construção de um *campus* universitário, e além disso faz investimentos nos dois *campi* em funcionamento no município e em cursos de pós-graduação *Lato Sensu*, nas diversas áreas do conhecimento.

Na atual perspectiva de interesses, a UNIFEV tem dado menos importância ao campo da educação e cultura, não estimulando a formação de uma mentalidade favorável à contribuição dos meios audiovisuais para sua atividade científica e artística e sua difusão.

Reconhece-se aqui, que mesmo sem a intenção de ser protagonista na resolução de problemas que são da competência do poder público, como promoção da saúde pública, educação, direitos e deveres do cidadão e sem “denuncismos”, a TV Universitária de Votuporanga está, pelas suas características, apropriada a criar condições para que o telespectador local se beneficie da informação que é atribuída à produção acadêmica.

Essa informação, que se origina no trabalho de pesquisa e extensão universitária, bem como sua aplicação junto à população, se apresenta como alternativa para o fortalecimento das relações sociais e culturais dessa mesma população.

Para Demo (1980, p.69), a universidade, por ser uma instituição de produção e reprodução de conhecimento produzido por e para “privilegiados”, deve encontrar condições para colaborar na dimensão participativa do processo de desenvolvimento social.

Esse processo de desenvolvimento social também se relaciona a uma das múltiplas instâncias pela qual o homem pode exercer seus direitos e deveres enquanto cidadão.

### 3.4. Mídia local

Segundo a diretora de radiodifusão da TV Universitária de Votuporanga, professora e jornalista, Telma Fava, “pensar a TV Universitária é pensar no fortalecimento da cidadania pelo veículo que somente pode se realizar quando a população se torna sujeito do seu processo histórico e passa a usufruir os benefícios do desenvolvimento de sua cidade, com igualdade e liberdade em relação às pessoas que participam desse processo”.

Se se pensar no fortalecimento da cidadania junto à população local por meio da TV Universitária de Votuporanga, com conteúdos nos quais essa população seja o próprio ator, uma rápida leitura da programação evidencia hoje mais transmissão de informação do que propriamente valor agregado às suas vidas.

Esse veículo de comunicação, tem suas transmissões delimitadas por um raio de abrangência. Assim, buscaram-se os estudos sobre mídia local para tentar compreender suas manifestações na sociedade contemporânea.

Para Renato Ortiz (apud PERUZZO, 2003, pág.05), três aspectos caracterizam a condição de local: “a proximidade do lugar (em contraste com o distante); a familiaridade (associado à questão das identidades e das raízes históricas e culturais) e a diversidade (é plural: opõe-se ao global ou ao nacional apenas como abstração)”.

No presente estudo, o que se entende determinar a localidade, não são tanto as fronteiras ou o território, mas os conteúdos televisivos possíveis de trabalhar as comunidades locais, que sendo compreendidas se vêm e aprendem consigo e com seus pares.

Considerando as necessidades comuns dessas comunidades, comprehende-se que nesses espaços locais se definem os contornos da vida diária, se constrói a personalidade social e se faz a aprendizagem social.

Em seus estudos sobre “Mídia local e sua interfaces com a mídia comunitária”, Peruzzo (2003, p.02) atribui o crescimento da mídia local às modificações no cenário dos meios de comunicação, motivadas pela valorização do local, tanto quanto ambiente de ação político-comunicativa cotidiana, como pela oportunidade mercadológica que representa.

Para a população apreender os conteúdos transmitidos pela TV, as experiências com parte das comunidades locais serão relevantes se disseminadas dentro do próprio contexto sócio-cultural ao qual estão inseridas, como afirma Barbero,

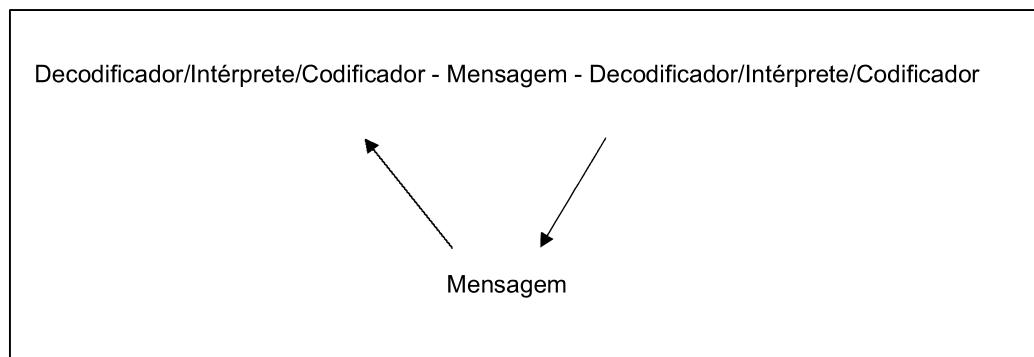
(...) antes para a maioria dos homens, as coisas, e não as da arte, por mais próximas que estivessem, ficavam sempre longe, porque um modo de relação social lhes fazia parecer distante. Agora, as massas sentem próximas, com a ajuda das técnicas, até as coisas mais longínquas e mais sagradas. (2003)

O conhecimento que pode ser adquirido por intermédio de um veículo de comunicação que aproxima as massas, como relatou Barbero, está também relacionado ao que o público receptor tem enquanto experiência de vida e somente a partir disso é que se pode entendê-lo culturalmente.

Assim, o que importa não é somente o que a TV Universitária oferece enquanto meio educativo e cultural para a população local, mas aquilo com que a população local pode contribuir com o meio para aproxima-lo da sua cultura.

O modelo de comunicação mais acessível ao nosso objeto de estudo e procedimento de análise, a TV Universitária e a sua recepção como fonte para as escolhas temáticas e para as formas de produção da informação, é o modelo de Wilbur Schramm (apud SOUSA, 2004, p.32) que em 1954 introduziu, pela primeira vez, nos estudos de comunicação o conceito de *feedback*.

O seu modelo pode ser graficamente traduzido da seguinte maneira:



No processo de comunicação, Schramm propõe que cada emissor pode também funcionar como receptor num mesmo ato comunicativo, devido ao mecanismo de retroalimentação ou *feedback*. Cada emissor/receptor tem a

habilidade de decodificar e interpretar mensagens recebidas e de codificar mensagens a emitir.

Embora o modelo não o traduza, Jorge Pedro Sousa (2004, p.33) acrescenta que Schramm salientou que, quando se emite uma mensagem, na realidade emitem-se várias mensagens, se se parte do ponto de vista que na comunicação televisiva, por exemplo, não conta apenas o que se diz, mas também como se diz, a postura, o vestuário, enfim, os objetivos do emissor e as condições de recepção.

Para entender as influências que a TV Universitária de Votuporanga pode exercer sobre a recepção, nas suas trocas culturais, e na possibilidade de produção, reprodução e transformação dessas trocas, a partir dos efeitos afetivos que a população local tem com o veículo em estudo, vamos no próximo capítulo analisar e interpretar os dados obtidos a partir da audiência da emissora.

## **CAPÍTULO 4**

### **INVESTIGANDO A RECEPÇÃO**

#### **4.1. Caracterização da amostra**

Como expôs-se anteriormente, a amostra foi escolhida aleatoriamente por conveniência entre a população de Votuporanga, de modo a contemplar toda a sua extensão territorial, para abranger todas as diferenças sociais e culturais existentes entre os seus diversos setores.

A cidade foi considerada em cinco grandes setores na coleta de dados – os setores oficiais do município - independentemente de critérios de renda familiar, como se mostrará a seguir.

Foram aplicados 500 questionários cobrindo os cinco setores do município, como mostra a tabela a seguir:

### **Setores e Bairros de Votuporanga**

<b>Setor I:</b> Pq. das Nações I, Pq. Das Nações II, Vale Resid. Bortoloti, Jd. Nossa Senhora Aparecida, Jd. Sta Iracema, Lot. Jd. Morini, Pq. Do Rio Vermelho, Cohab Vereador José Nunes, Jd. Res. Prado, Pq. Res. Sta Amélia, Jd. Canaã, Conj Hab. João Albarello, Cohab Jd. Brisas Suave, Pozzobon, 1º Dist. Ind. João F. Cezare, Cohab Votuporanga, Lot. São Vicente de Paula, Vila Anna.
<b>Setor II:</b> Pq. Brasília, São Judas Tadeu, Pq. Dos Estados, Lot. José Mello, V. Nasser Marão, Vila Paes, Lot. Alberto Honório, V. João Batista, Jd. Primavera, Vila Lions, Jd. Botura, Lot. Res. Max, Jd. São Paulo, Vila Budim, V. Hercilia, V. São Vicente, B. Café, V. Lupo, Jd. Paulista, Jd. Yolanda, Vale do Sol, Jd. São Cosme, Jd. São Damião.
<b>Setor III:</b> Pq. Das Brisas, Cecap II, Vila Res. Esther, Cond. Res. San Remo, Pq. Res. San Remo, Jd. Orlando Mastrocola, Nova Boa Vista, Santa Luzia, Chácara das Paineiras, Jd. Terras de São José, Jd. Paraíso, Jd. Santo Antônio, Vila Zan, Patrimônio Velho, Vila Guerche, Vila América, Rec. Dos Esportes, Pq. Kennidy, Pq. 8 de agosto, Lot. Dos Bandeirantes, Vila Laureano, Chácara da Aviação, Lot. Campo Limpo, Jd. Dos Pinheiros.
<b>Setor IV:</b> Pq. Res. Friozi, Lot. Santa Elisa, Cidade Nova, Patrimônio Novo, Bairro Marão, Vila Muniz, Jd. Progresso, B. São João, Pq. Roselândia, Chácara Vera, Jd. Umuarama, Pq. Guarani, Jd. Santos Dumont, Estação, Jd. Das Palmeiras I.
<b>Setor V:</b> Chac. Santa Maria, Chac. Camargo, Jd. Alvorada, Pq. São Pedro, Jd. Bom Clima, Jd. Planalto, Jd. Marin, Jd. Estela, Pq. Res. Bela Vista, Cecap I,

Jd. Eldorado, Res. Jd. Santa Paula, Pq. Santa Felicia, Cohab Jamir D'Antônio, Pq. Res. Do Lago.

Foram entrevistadas pessoas com idade entre 18 e 69 anos, de cada setor, na porcentagem mostrada na tabela a seguir:

<b>Setor do município</b>	<b>% da população entrevistada</b>
Setor 1	21%
Setor 2	20%
Setor 3	20%
Setor 4	20%
Setor 5	19%

A audiência da televisão em geral, incluindo as TVs comerciais e a TV Universitária de Votuporanga, foi percebida em todas as faixas etárias pesquisadas, porém, sendo representada em sua maioria por um público com idade acima dos 56 anos (26%) e seguida por telespectadores entre os 36 e 45 anos (22%), como mostra a tabela a seguir:

#### **Faixa etária dos telespectadores**

<b>Faixa etária</b>	<b>% de telespectadores pesquisados</b>
De 18 a 25 anos	19%
De 26 a 35 anos	19%
De 36 a 45 anos	22%
De 46 a 55 anos	14%

56 anos e mais	26%
----------------	-----

Nos domicílios visitados predominava o público feminino. Foram entrevistadas 87% de mulheres e 13% de homens. A razão dessa predominância deve-se aos horários nos quais a coleta de dados foi realizada, ou seja, durante o dia e nas próprias residências. Considera-se que no ambiente doméstico ter-se-ia maior chance de obter dados imediatos sobre os pesquisados, como "quem está assistindo à TV agora?" e "qual canal?".

Entretanto, pôde-se verificar que as mulheres pesquisadas conhecem os horários e preferências de canais televisivos e de programação de seus companheiros e filhos.

Ainda se pode destacar que a maioria dos domicílios pesquisados, ou seja, 60%, é composta por famílias de 3 a 4 pessoas, como se verifica na tabela a seguir. Esse resultado aproxima-se dos índices apontados pelo Seade - Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados - de 2007 que, de acordo com o Censo Demográfico do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística de 2000, para o município de Votuporanga, apurou ser a ocupação média por domicílio o número de 3,3 pessoas.

#### **Quantas pessoas residem neste domicílio**

<b>Pessoas residentes no domicílio</b>	<b>% do total de domicílios pesquisados</b>
De 1 a 2 pessoas	24%
De 3 a 4 pessoas	60%
De 5 a 6 pessoas	13%

7 pessoas e mais	2%
------------------	----

Quanto à escolaridade, 41% dos entrevistados tinham 1º grau escolar, do Ensino Fundamental. Esses índices também ficaram muito próximos dos apontados pelo Censo Demográfico realizado pelo IBGE, de 2000 e pelos Censos Escolares realizados pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (INEP). Segundo o Seade, numa escala de 0 a 100, na qual 100 representa a melhor situação e zero a pior, Votuporanga tem 36% de jovens entre 15 e 17 anos que concluíram o Ensino Fundamental e média de 7,68 anos de estudos da população de 15 a 64 anos. Na tabela a seguir encontram-se os índices de grau de escolaridade dos telespectadores pesquisados.

#### **Grau de escolaridade da população pesquisada**

<b>Grau de escolaridade de pessoas com idade entre 18 e 69 anos</b>	<b>% dos pesquisados</b>
1º Grau (Ensino Fundamental)	41%
2º Grau (Ensino Médio)	34%
Curso Superior	21%
Pós-graduado	1%
Analfabetos	3%

Tendo em vista a caracterização da amostra apontada até aqui, analisar-se-ão, no decorrer deste capítulo, a interpretação e a exposição dos dados referentes às respostas dos telespectadores pesquisados e a sua relação com as TVs comerciais das grandes redes de comunicação, a programação de

rede, a programação produzida regionalmente e a TV Universitária e sua programação local.

#### 4. 2. Análise, interpretação e exposição dos dados.

Em um país como o Brasil, em que a TV representa, para a maior parte da população, uma das únicas opções de informação e entretenimento, (DUARTE, apud JOST, 2004, p. 12), o caso da cidade de Votuporanga não poderia ser diferente. Para muitos, a televisão é o maior meio de obtenção de informações locais, regionais, nacionais e internacionais de que a maioria da população dispõe, como se pode averiguar nas tabelas a seguir.

##### **Com que freqüência você assiste televisão?**

<b>Periodicidade na exposição ao televisor</b>	<b>% da população entrevistada</b>
Todos os dias	73%
Só aos finais de semana	4%
Poucas vezes na semana	23%
Não assistem TV	0

A população selecionada tem as emissões de TV como parte de seu cotidiano, o que Marcondes Filho (1988, p,29) entende como a "domesticação da fantasia".

Essa "domesticação" deve-se ao fato de que as novas idéias, as fantasias e as imagens que as pessoas de uma determinada população possuem a partir do seu contato pessoal com a natureza, com outras pessoas,

ambiente de trabalho e de lazer estão cada dia mais distantes dos produtos de comunicação em massa que são oferecidos pela televisão.

um meio que se faz totalizante, se por um lado introduz novas idéias e comportamentos, por outro, está limitando a potencialidade inovadora e imaginativa dos indivíduos em suas localidades de origem.

A identidade cultural antes era construída na sociedade a partir das trocas de experiências, que enriqueciam o universo mental e estimulavam as estórias, a expressão artística, as lendas, os ditos populares e faziam nascer um produto cultural que Marcondes Filho (1988) chamou de "produto cultural típico". Ela possibilitava o reconhecimento entre as pessoas de uma mesma comunidade.

Nas emissões das grandes redes, as preferidas dos telespectadores pesquisados, como se mostrará mais adiante nos percentuais levantados, vê-se a transformação da "matéria prima" cultural em produto industrializado.

Os fatos sociais e culturais locais freqüentemente são "neutralizados" e "generalizados" quando extraídas suas peculiaridades, seus termos regionais, seus problemas mais particulares (entendidos somente em seu lugar de origem), tornando-se mais "simplificados" para favorecer a compreensão em qualquer lugar que chegue sua transmissão.

Esses fatos não dizem respeito ao isolamento cultural, no qual não se poderia vislumbrar sequer a troca de conhecimento, de idéias, de estórias e experiências com outras culturas. O que se observa é que para as grandes redes de televisão, na busca incessante pela audiência, basta transformar fatos originais que compõem a "matéria prima" cultural das suas emissões, mantendo apenas alguns traços elementares, tais como roupas, algumas

palavras e alguns objetos que Marcondes Filho (1988, p. 32) chama de "partes avulsas", separadas de sua realidade original, configuradas como *signos*. Estes que perderam sua identidade de origem e, portanto, não são mais acontecimentos reais, mas representações vazias deles.

O que se pôde entender a partir do contato com o telespectador local foi que a sociedade vive mais com *signos culturais* do que com uma *produção cultural* propriamente dita.

Na busca de elementos para análise, questionou-se a população sobre sua preferência de canais televisivos. Foram separados, para obtenção de respostas, os canais de TVs comerciais dos educativos, religiosos e canais de transmissão via satélite por assinatura. No entanto, alguns pesquisados ainda apontaram os comerciais e educativos como suas prioridades, como mostra a tabela a seguir.

**Entre estes, qual o grupo de canais você mais assiste?**

<b>Grupo de canais disponíveis no município</b>	<b>% dos canais preferidos pela população</b>
Canais de TV das grandes redes: Globo, SBT, Band, Rede TV, Record, TV Gazeta	76%
Canais educativos: TV Cultura, TVE, TV Universitária de Votuporanga	4%
Canal religioso: Rede Vida	2%
Canais de TV por assinatura	1%
Canais de TV comerciais e educativos	17%

Mesmo com os avanços da sociedade civil, como nos diz Moran (1991, p.16) "acompanhando o modo de produção capitalista que a princípio

pressupõe, em parte, um maior acesso à educação e às diversas manifestações culturais", com uma quantidade de pessoas com níveis educacionais baixos em comparação a outros municípios do Estado de São Paulo, a recepção da TV Universitária de Votuporanga aqui contemplada, não incorpora instrumentos de compreensão da realidade que não sejam controlados pelos meios de comunicação de massa das grandes redes televisivas.

Para a maioria dos telespectadores pesquisados, não existe uma relação de interação dos trabalhos desenvolvidos pela UNIFEV, nos seus programas de extensão e nos projetos acadêmicos, com a população. A constatação é de que os trabalhos acadêmicos servem somente a uma parte da população. No tratamento das temáticas, a TV Universitária não alcança, com a programação atual, o sentimento de cooperação, confiança e cultura comum do qual tratam os programas de extensão.

Assim, constata-se que a UNIFEV, uma instituição estratégica e capaz de influenciar toda uma população em seu entorno, vive à margem do processo de desenvolvimento das comunidades e da região, quando não chega a causar impactos contraditórios (DEMO, 1980, p.67), ou seja, não coloca em contradição aquilo que é visto pela TV, diferenciando-o daquilo que é vivido no cotidiano das relações em sociedade.

Também se pôde constatar o desconhecimento da programação disponível nos canais educativos, quando os entrevistados foram questionados sobre os tipos de programas aos quais preferem assistir pela TV. A população pesquisada, mesmo optando pelos canais comerciais, demonstrou sua

preferência pelos programas informativos, culturais e educativos, como se mostra a seguir.

#### **Quais os tipos de programas você mais assiste?**

<b>Tipos de programas</b>	<b>% de audiência</b>
Novelas e programas femininos	34%
Esportivos	7%
Filmes	4%
Entretenimento em geral	7%
Informativos, culturais e educativos	48%

No entanto, no contato com a recepção local, pôde-se verificar que mesmo que os programas televisivos de caráter informativo, cultural e educativo tenham sido escolhidos, a programação das grandes redes impõe-se sobre essa recepção, principalmente no telejornalismo regional sobre o local.

Sobre esse aspecto, questionou-se a população receptora sobre o meio de comunicação que a família mais utiliza para manter-se informada dos acontecimentos de sua cidade, como se mostra a seguir.

#### **Onde você busca informação sobre a sua cidade?**

<b>Meios de comunicação disponíveis no município</b>	<b>% de preferência para obtenção de informações locais</b>
jornais impressos diários	24%
rádio	16%
TVs comerciais - telejornalismo	34%

regional	
TV Universitária de Votuporanga - TVU Jornal	19%
Todos	6%

Percebe-se a preferência pelo uso dos dois jornais impressos diários e locais como fonte de informação. O “Diário de Votuporanga”, com 50 anos de existência, e o “Jornal A Cidade” com 25 anos, ambos com uma circulação média de 3 mil assinaturas cada, considerada pequena pelo tamanho da população. Assim, observa-se que a posição social, que nessa pesquisa não foi aprofundada, pode ser relacionada ao uso da mídia televisiva como fonte de informação, pois, mesmo com a baixa quantidade de assinaturas, as pessoas procuram as notícias da sua cidade, tanto nos jornais impressos como nos telejornais.

Em termos de mídia, pode-se falar de classe social em geral, mas é interessante separá-la em dois componentes que Pierre Bourdieu (2004) chamou de “capital econômico” e “capital cultural”.

O “capital econômico” tende a determinar quais os tipos de mídia a que as pessoas têm acesso. No caso de Votuporanga, a maioria da população local não tem acesso aos jornais impressos diários para obter informações sobre a sua cidade, por questões econômicas. No rádio não encontram poucas informações produzidas sobre a sua cidade.

O “capital cultural”, para Bourdieu, é baseado na família, na educação e em outros elementos de formação educacional das pessoas. Ele tende a

determinar a quais tipos de mídia a pessoa tem acesso e por quais têm preferência.

O nível de escolaridade que prevalece entre a população estudada é o primeiro grau, ou seja, o ensino fundamental e, ao contrário do que se pressupõe, os programas informativos, culturais e educativos são os preferidos nos canais televisivos.

Para Triguero (2000, p.10), os fatores culturais, sociais, pessoais e psicológicos influenciam na produção e na recepção da comunicação. Se se consideram esses fatores, pode-se dizer que a recepção das mensagens televisivas é um acontecimento individualizado porque cada um decodifica, percebe, retransmite a informação, mas discute e toma decisão dentro de seus grupos de referência.

A população pesquisada tem, na TV aberta privada, sua principal fonte de obtenção de informação e entretenimento, tanto por questões econômicas quanto pela falta do hábito de leitura, baixa escolaridade e disponibilidade maior dos aparelhos de TV em casa, nos bares dos bairros e nos postos de saúde, onde discutem os fatos e acontecimentos locais.

Mesmo o rádio, que se mantém ligado na maioria dos lares, dedica suas transmissões para as notícias sobre o Brasil e o mundo com menos enfoque para o local, o que leva o ouvinte a preferir o veículo pela oferta de música.

Há de se considerar que, para a população pesquisada, os programas da categoria informação são representados pelo telejornalismo, identificados aqui pelos gêneros informativo e opinativo. Aronchi de Souza (2004, p.149) adverte que, aos programas da categoria informação relacionados ao

telejornalismo, não se deve aplicar às redes educativas que apresentam programas informativos ligados à produção própria de acordo com as suas características, como os documentários e os programas de variedades.

Chamar-se-á de telejornal o gênero classificado, como no estudo de José Carlos Aronchi Souza (2004, p.149) “um programa que apresenta características próprias e evidentes, com apresentador em estúdio chamando matérias e reportagens sobre os fatos mais recentes”.

Com relação ao telejornalismo regional, sua ampliação se deu em vários segmentos da programação das TVs das grandes redes comerciais que dedicam a ele uma parcela da sua programação, como os Boletins Informativos diários pulverizados na grade.

Nesse sentido, a importância que tem esses telejornais para a população pesquisada é grande e notada pela disputa, pelos anunciantes, por seus espaços publicitários.

Novas demandas observadas desde a década de 90, dos meios de comunicação locais, impulsionados também por uma exploração do mercado publicitário junto aos veículos, levaram as TVs comerciais das grandes redes a prestar mais atenção às dinâmicas dos próprios lugares onde se situam (PERUZZO, 2005, p.71 ), dedicando uma parte da grade horária para produção de programas jornalísticos e de entretenimento com enfoques locais, como acontece com a TV TEM, afiliada da Rede Globo para a região de São José do Rio Preto e com a TVI, afiliada do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) para a região de Araçatuba, ambas, nos limites territoriais opostos da região noroeste do Estado, onde se localiza o município de Votuporanga.

A TV TEM de São José do Rio, distante de Votuporanga 80 Km, atinge, com seu sinal, 144 municípios da região noroeste do Estado de São Paulo, perfazendo uma população de 2.200.774 habitantes com 635.375 domicílios com TV, estimando um público de telespectadores potenciais de 2.113.209 .

Em todo o Estado de São Paulo, a TV TEM ainda possui afiliadas nas regiões de Bauru, Itapetininga e Sorocaba, atingindo 47% dos municípios do estado em toda sua área de cobertura com parte da grade de programação produzida a partir de temas locais. (Revista Informativa TV TEM, 2005).

Para a maioria da população pesquisada, os telejornais produzidos por esses canais têm a preferência, na medida em que se aproximam dos telejornais das grandes redes, que têm para esse público a conotação de credibilidade a partir das grandes produções de notícia.

Na programação das televisões abertas comerciais regionais, figura o telejornalismo, trabalhado com questões populares e informativas. Mesmo com temas diversificados e com oferta de programas regionais, tais como esportivos, informativos e de entretenimento, o destaque maior é dos jornalísticos, que como diz Aronchi de Souza (2004, p.149) “mantém-se em evidência em todas as grades de programação”.

A programação produzida regionalmente pelas grandes redes, incluindo-se aí os telejornais, caracteriza-se pela tematização de um espaço geográfico determinado, lugares específicos da região incluindo cidades próximas.

Verificando a programação das TVs abertas regionais que competem com a TV Universitária, encontraram-se temáticas investigativas e ágeis no jornalismo, dicas ao produtor rural e de eventos culturais que mostram matérias

sobre cinema, teatro, comportamento, música, moda, saúde, beleza, culinária e artesanato.

Também se verificaram matérias que abordam a pesca esportiva, destacando as belezas naturais e a preservação ambiental, além de outros como os esportivos em geral, de costumes e da "cultura paulista", oportunidades de negócios e ainda entrevistas com personalidades, artistas e empresários.

A programação produzida pela TV TEM, disponibilizada regionalmente, começa pela manhã, às 6 horas e 30 minutos, com um programa jornalístico diário que integra as quatro emissoras no Estado de São Paulo, em suas áreas de cobertura: O "Bom Dia Cidade", que aborda notícias do dia, esportes, serviços, previsão do tempo entre outros assuntos para as regiões de transmissão.

Outro programa jornalístico diário é o TEM Notícias, um telejornal que atinge as cidades mais próximas a São José do Rio Preto, num total de 144 municípios e aproximadamente 2 milhões de pessoas, com duas edições, às 12 horas e às 18 horas e 55 minutos, que a emissora considera jornalismo comunitário, atribuindo para isso "[...] o espaço para a população reclamar seus direitos e expor seus problemas [...]" (Revista TV TEM, 2005). No entanto, a população visada pelo veículo somente aparece quando está em acordo com a pauta escolhida e afinada com a linha editorial das emissoras.

O que se nota assim, é que o compromisso com o jornalismo comunitário cede lugar aos interesses das emissoras em aumentar sua audiência, polemizando os temas de interesse da população e valorizando dessa forma seu espaço comercial.

Para Botão & Zaccaria,( apud PERUZZO, 2000, p. 03),

[...] nenhuma emissora de TV “Comunitária”, assim chamada no estado de São Paulo, por serem afiliadas de TVs educativas como a TVE do Rio de Janeiro, tomou iniciativas no sentido de abrir os canais à comunidade. Os espaços vêm sendo tratados como privados e negociados de forma nem sempre transparentes [...] Aos olhos da comunidade local, a emissora não oferece nenhum indício de seu caráter comunitário e muito menos de que deseje contar com uma participação maior dos diferentes segmentos sociais da cidade.

Se para as afiliadas das TVs educativas, como é o caso da TV Universitária de Votuporanga, as características de TV Comunitária estão muito mais dependentes da variedade de interesses econômicos e políticos, não poderia ser diferente para a TV TEM, canal aberto rigorosamente de caráter comercial.

Aos sábados a TV TEM transmite regionalmente os programas: “Terra da Gente”, de pesca esportiva e meio ambiente, o “Revista de Sábado” um programa de reportagens onde jovens discutem assuntos do seu universo, além de dicas culturais para o final de semana; o “Nosso Campo”, que trata o agronegócio como o principal setor da economia no interior paulista e o “Jogo de Cintura” que aborda o universo feminino com informações sobre dieta, beleza, moda e saúde e ainda entrevistas com mulheres das cidades da região e todos dividem espaço com a programação da rede.

Para entender a recepção da TV Universitária de Votuporanga e como se comporta diante do veículo, far-se-á a seguir a análise e interpretação dos dados colhidos sobre esse tema.

Para tanto, buscou-se medir o alcance do sinal transmitido pela TV Universitária de Votuporanga no município. Obtiveram-se os seguintes resultados que mostramos a seguir.

**Qual a qualidade do sinal da TV Universitária que chega a sua casa?**

<b>Qualidade do som e imagem da TV Universitária de Votuporanga</b>	<b>% por resposta</b>
Ótimo	16%
Bom	44%
Regular	15%
Ruim	16%
Não sei responder	9%

Ainda é grande o número de residências no município onde o sinal é de baixa qualidade, devido a problemas técnicos na transmissão de som e imagem, somados ao tipo de relevo geográfico onde essas residências estão localizadas com relação à antena de retransmissão. No entanto, há constatação de cidades próximas onde o sinal chega com boa qualidade.

Não se pode deixar de considerar que a qualidade e o alcance das transmissões interferem na aceitação da TV Universitária e na preferência pelos seus temas, na medida em que uma parcela da recepção não recebe o sinal ou mesmo não consegue sintonizá-lo.

Para entender a recepção com relação ao veículo, ter-se-á de considerar, num contexto mais amplo, as questões referentes à manutenção dos equipamentos do veículo, bem como o quadro de funcionários que participam da elaboração dos roteiros, gravação e edição que normalmente são

feitas por alunos e alguns profissionais da área vinculados à UNIFEV, e a sua orientação sobre os temas desenvolvidos.

Os recursos para a viabilização da programação são provenientes da FEV, Fundação Educacional, mantenedora da FREV, Fundação Rádio Educacional e da UNIFEV, Centro Universitário de Votuporanga, que pela situação de dependência, determina à TV Universitária uma condição de descontinuidade ou até de interrupção de um projeto maior de TV educativa.

A falta de incentivo por parte da própria instituição de ensino, a UNIFEV, foi decisiva para pesquisarmos a TV Universitária de Votuporanga e seu potencial junto à recepção local.

As 04 horas de programação diária transmitidas pelo veículo são produzidas por estagiários do curso de Jornalismo que se revezam de ano em ano, orientados pela professora e diretora de radiodifusão, Telma Fava, a qual conta com 03 (três) jornalistas graduados responsáveis pela produção das pautas e reportagens em vídeo, auxiliados pelos alunos. A equipe técnica é formada por 02 (dois) cinegrafistas e 02 (dois) editores, além de um técnico em eletrônica.

Mesmo com um contingente reduzido de profissionais e com a responsabilidade da diretora de radiodifusão em dividir as tarefas de administração do veículo com orientação aos alunos e jornalistas, a TV Universitária de Votuporanga mantém-se com o *status* de veículo televisivo com programação local e alcança a maioria da população com 60% de audiência entre os pesquisados.

Os meios de comunicação podem ser vistos, pela teoria dos usos e gratificações, como instrumentos para resolução de problemas na medida em

que o caráter social das necessidades pessoais leva ao uso dos meios, gerando tipos específicos de influência, como aponta Montero, ( apud SOUSA, 2004, p. 300,)

Inclusivamente, é uma teoria que coloca a sua atenção no indivíduo, especialmente nos seus hábitos de consumo midiático, em detrimento da sociedade, pois procura entender os usos que as pessoas fazem da comunicação social para satisfazerm necessidades e serem gratificadas, através do consumo de mensagens ou da simples exposição a esses meios.

Reconheceram-se nas respostas da recepção sobre a TV Universitária de Votuporanga os efeitos dessa exposição quando se constatou que a maioria dos pesquisados, representantes da população na faixa etária entre 18 e 69 anos, assistem à emissora local.

#### **Você assiste a TV Universitária de Votuporanga?**

<b>Telespectadores</b>	<b>% de escolha</b>
Sim	60%
Não	40%

Ao mesmo tempo em que preferem os canais das TVs privadas comerciais, também apontam a TV Universitária como preferência de canal, com uma parcela significativa que escolhe o TVU Jornal como fonte de informação diária sobre os acontecimentos da cidade.

Considera-se, portanto, os receptores da TV Universitária de Votuporanga como indivíduos ativos a partir da iniciativa de escolha dos meios que melhor satisfazem suas necessidades de informação e entretenimento, na medida em que se constata que o sinal da TV Universitária chega às casas dos

entrevistados regularmente e se considera a boa qualidade dos canais abertos comerciais.

Para aqueles que não assistem a ela, ou seja, os 40% restantes, a TV Universitária de Votuporanga não representa uma alternativa dentre os veículos de comunicação disponíveis no município, como se pode averiguar na tabela a seguir.

#### **Por que você não assiste à TV Universitária de Votuporanga?**

<b>Por que não assiste à TV Universitária de Votuporanga</b>	<b>% de escolha</b>
Porque o sinal não chega à minha casa	15%
O sinal chega e não consigo sintonizar	13%
Não me interesso pela programação da TVU	25%
Não conheço os horários nem a programação da TVU	47%

A maioria dos pesquisados não conhece a programação e nem sabe da existência de uma TV Universitária. Ainda é preciso considerar que entre aqueles que não assistem a ela, uma parcela significativa desconhece os horários da programação local, que se mistura com a programação da TVE do Rio de Janeiro.

Os telejornais da TVE do Rio de Janeiro, inseridos na grade de programação, limitam a identificação do veículo que não pode ser percebida como local para o público em questão.

Os pesquisados que responderam que não assistem à TV Universitária de Votuporanga, de modo geral, sentem-se fora desse universo (televisão) e desconhecem que a emissora esteja voltada à população local.

É importante ressaltar que no momento da abordagem dos entrevistados nos bairros do município, percebeu-se certa resistência por parte dos pesquisados quando se mencionou a instituição de origem, ou seja, a UNIFEV, pois, como se pôde apurar, a população de maneira geral sente-se excluída do processo de educação de nível superior.

Como afirma Pedro Demo (1980, p.65),

O processo de ascensão social depende fortemente das condições de participação econômico-social e política. A educação entra aí também como variável importante, mas nem sempre é mais decisiva que o complexo *ocupação/renda*, seus derivados e o complexo *político/participativo*.

No entanto, para a população pesquisada, a educação é um forte componente de inclusão no complexo ocupação/renda, e oportunizada para poucos, “para privilegiados”, sendo apresentada pelos entrevistados como uma perspectiva inatingível para a maioria.

Perceberam-se o distanciamento e a apatia dos pesquisados, com relação à instituição de ensino, porém, ao fazer referência à televisão e a sua produção de programas, colocada a perspectiva de serem atores as próprias comunidades e os seus temas, notou-se uma disposição maior para as respostas aos questionários.

Para conhecer a recepção, ouviu-se, pela fala dos entrevistados, seu discurso e as relações não verbalizadas de imediato. Na medida em que o envolvimento do pesquisado com o assunto “televisão” e “televisão local”

aumentava, ele se mostrou conhedor daquilo que se faz presente em sua vida e em seu cotidiano.

Com relação ao programa de maior audiência na TV Universitária de Votuporanga, o telejornal tem a maior preferência da população local, como mostra a tabela a seguir.

**Qual o programa da TV Universitária de Votuporanga que você mais assiste?**

<b>Programas da TV Universitária de Votuporanga</b>	<b>% de audiência</b>
TVU Jornal	85%
Sala de Cinema	2%
Vivendo com Saúde	5%
Uniclip e Palco	5%
Direitos do Cidadão	3%

Como se vê, o que caracteriza a maior força atrativa para a audiência da TV Universitária é a preferência pelo TVU Jornal.

O telejornal da TV Universitária, apontado pelos pesquisados como opção de fonte de informação também se justifica pela idéia de “autêntico”, a partir das temáticas preferencialmente locais em detrimento das regionais, que para Peruzzo, “pelo contraste em relação ao distante, ao que se encontra à parte, o associamos quase que naturalmente”.

Tanto o local como o regional só podem ser compreendidos na relação de um com o outro, ou deles com outras dimensões espaciais, como o nacional e o global. (...) O local só existe enquanto tal, se tomado em relação ao regional, ao nacional ou ao universal. (PERUZZO, 2003, p.05)

O TVU Jornal, o terceiro na preferência pela população, atrás do telejornal das TVs privadas e do jornal impresso, tem sua audiência garantida na medida em que amplia a participação dos atores das comunidades locais apresentados como o enfoque nas temáticas produzidas.

O que se pôde entender, no contato com essa amostra da população, é que os temas abordados nos telejornais permitem sua interação com os grupos dos quais são participantes, quer sejam os primários (família, amigos, etc.) ou os secundários (trabalho, escola, igreja, clubes, sindicatos, partidos políticos, etc.) (SCHRAMM apud TRIGUERO, 2000, p.09).

A conquista de importância na grade horária da programação fez as redes de televisão investirem no telejornalismo tanto quanto em outros gêneros. As grades podem deixar de apresentar um outro gênero, mas o telejornalismo ocupa espaço e visibilidade fundamentais para o conceito de rede de televisão. (ARONCHI SOUZA, 2004, p.151)

Mesmo considerando a discutível qualidade técnica de transmissão, se comparada a produção televisiva da TV Universitária de Votuporanga com as das grandes redes como TV TEM e TVI, a população local tem interesse no noticiário produzido localmente.

Durante a aplicação da pesquisa, os pesquisados mostraram interesse pelas “coisas” das comunidades, pelas pessoas e pelos acontecimentos que ocorrem ao seu redor.

As notícias locais de interesse público, tais como informações sobre o aumento das tarifas de água e esgoto, controle de endemias, divulgação de shows e espetáculos, informações sobre vagas de trabalho no mercado local, dividem audiência com os programas das grandes redes que abordam as

temáticas femininas e com as novelas. É o que apontam as mulheres, maioria na recepção televisiva pesquisada durante o dia.

Quando se estudam os assuntos de interesse que chamamos “das comunidades”, entende-se por comunidade aquelas pessoas ligadas por objetivos comuns, interesses coletivos acima dos individuais, identidades, cooperação, confiança, cultura comum, etc. O que não significa que todos esses elementos tenham de aparecer simultaneamente e com a mesma intensidade em qualquer comunidade. (PERUZZO, 2003, pág. 6)

Portanto, como se vê em Peruzzo, comunidade não pode ser confundida com bairro, cidade ou com segmentos étnicos, religiosos, de gênero, acadêmicos, etc. O conceito de comunidade pressupõe a existência de elos mais profundos e não meros aglomerados humanos.

O telejornal diário da TV Universitária é escolhido como fonte de informação em uma das edições transmitidas, às 12 horas e 30 minutos ou em sua reprise às 18 horas, mais pelas notícias que abordam os acontecimentos da cidade de Votuporanga, do que pelas que tratam dos projetos e eventos científicos desenvolvidos pelo corpo docente e discente da UNIFEV voltados para o atendimento de alguns grupos que fazem parte da população.

Na identificação dos programas, a amostra da recepção da TV Universitária de Votuporanga discorreu sobre cada programa de maneira proveitosa com relação aos conteúdos que oferecem.

Os programas “Uniclip”, “Palco” e “Sala de Cinema” são semanais, com uma apresentação inédita e outra reprisada. Possuem variações inspiradas nas categorias de entretenimento e de informação, ao mesmo tempo em que

oferecem um repertório cultural atendendo aos pedidos do público receptor com os videoclipes musicais e oferecendo dicas de filmes.

O programa Uniclip, de videoclipes, atende àqueles que não têm acesso aos canais próprios do gênero, como MTV e outros, com transmissão restrita aos canais por assinatura. O telespectador pode solicitar pedidos de videoclipes via *e-mail*, e a sua solicitação é feita em programa gravado, com citação do seu nome e indicação de exibição. Esse formato tem levado muitos telespectadores locais e outros que residem em cidades próximas à Votuporanga a optarem pelo programa.

“Palco” é um programa musical com artistas da cidade e região que contempla a cultura local, oferecendo espaço e oportunidade para músicos, compositores ou intérpretes mostrarem seu trabalho em programas semanais.

O programa “Sala de Cinema” tem uma receptividade interessante que merece destaque neste trabalho. A preferência pelo programa, de acordo com a maioria das mulheres entrevistadas, é dos maridos, ou companheiros, que são os que mais se interessam pelos filmes anunciados no programa.

O “Sala de Cinema” tem um produtor, que também é apresentador. Ele leva a cada semana um convidado da cidade para falar sobre um filme que indica para o público telespectador. A única solicitação para o participante convidado é que o filme indicado esteja disponível na locadora que patrocina os sorteios durante o programa.

A título de observação, procurou-se a locadora, que é localizada próxima a um Distrito Industrial do município, para verificar a influência do programa na escolha dos filmes pelos clientes. Os proprietários sugeriram procurar o

estabelecimento no horário entre 18 e 19 horas, período em que as pessoas saem do trabalho e passam no local para devolução e retirada de novos filmes.

O que se pôde observar foi um intenso movimento de homens, preferencialmente, com uniformes das indústrias, retirando os filmes em DVD e VHS. Quando os proprietários da locadora foram questionados sobre os filmes indicados pelo programa “Sala de Cinema” da TV Universitária, eles confirmaram que após a transmissão do programa, sua retirada é imediatamente feita pelos clientes.

Os outros programas da TV Universitária de Votuporanga, tais como “Direitos do Cidadão” e “Vivendo com Saúde”, com duas apresentações semanais, uma inédita e outra reprise, esclarecem as dúvidas dos telespectadores em questões jurídicas e de saúde, entrevistando profissionais da área: advogados, médicos e professores dos cursos de Direito, Enfermagem, Educação Física, Farmácia, Nutrição, entre outros dos 30 cursos de graduação oferecidos, ambos com a participação ao vivo por telefone.

Com uma programação que pretende ser diferenciada das grandes redes, quer nos aspectos de abordagem dos conteúdos quer nos da produção, as temáticas voltadas para as comunidades locais buscam propiciar a valorização da reflexão e do espírito crítico e questionador. Constatou-se o acesso ao canal televisivo pelo telespectador, quer por telefone, e-mail, ou mesmo em resposta ao que ele realiza após ser sensibilizado pelo conteúdo desta programação.

A TV Universitária de Votuporanga, como visto anteriormente, não é uma opção contínua entre os pesquisados, mas o que se pôde verificar é que é

uma escolha entre as crianças, pela programação infantil disponibilizada pela TVE, no período da manhã.

De acordo com Sousa (2004, p.301), em seu livro “Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia”,

Schramm, Lyle e Parker (1961) foram os responsáveis pela “modernização” das linhas de pesquisa no campo dos usos e gratificações, ao fazerem um estudo sobre o relacionamento entre a televisão e as crianças em que concluíram que não se podem considerar as crianças meros seres passivos, pois estas usam a televisão em função das suas necessidades e para obterem determinadas recompensas.

Para a maioria das mães entrevistadas, nas localidades mais periféricas da cidade, as crianças preferem a programação das TVs educativas como a TVE do Rio de Janeiro e a TV Cultura de São Paulo, em detrimento às TVs privadas (ou de mercado) transmissoras das grandes redes.

Ao invés de estudar sobre o que os meios fazem às crianças, procuramos observar o uso que as crianças fazem do meio de comunicação de massa.

Pôde-se averiguar que para as crianças as programações das TVs educativas se aproximam mais daquilo que elas esperam do entretenimento, pois identificam-se com elas na medida em que a ambientação lhes é familiar como no programa “Cocoricó”, por exemplo, bastante citado como preferência entre as crianças,.

Na opinião das mães, a TV apresenta-se, no período da manhã, como uma alternativa de ocupação e entretenimento para as crianças que, ao mesmo tempo, “aprendem” com a programação disponibilizada pelos veículos e canais educativos.

Desse ponto de vista, das escolhas feitas pelas crianças, pode-se reafirmar o público infantil como entidades ativas que buscam satisfazer

necessidades, pois escolhem sua programação televisiva dentre outras oferecidas por sentirem satisfação quando reconhecem na ambientação produzida pelo meio a sua própria identidade, inclusive nos temas tratados e nas canções.

No tocante às preferências das mães entrevistadas em seus domicílios, a programação da TV, de maneira geral, apresenta-se também como fonte de informação alternativa para que elas próprias possam manter-se atualizadas.

Os afazeres domésticos são um impeditivo para a audiência delas. Nesse horário também os aparelhos de TV estão à disposição das crianças. No entanto, o horário do almoço e do jantar, é dedicado por elas ao telejornalismo.

A produção do telejornalismo local, o TVU Jornal, tem em suas pautas a população enquanto ator principal das matérias, porém, as temáticas não vão além do noticiário, no qual a participação dos telespectadores consta de depoimentos, das experiências vividas e das entrevistas.

A marca de canal televisivo local e comunitário está baseada na proximidade, sintetizada nos sentimentos de pertencimento, de identidades e nos elos do cotidiano (PERUZZO, 2003. p.74). É essa marca que também ajuda a garantir sua aceitação e a manter a audiência junto ao receptor.

Nesse sentido para a diretora de radiodifusão, professora Telma Fava, pensar a TV Universitária é pensar,

[...] no fortalecimento da cidadania pelo veículo que somente pode se realizar quando a pessoa se tornar sujeito do processo histórico e passar a usufruir dos benefícios do desenvolvimento de sua cidade, com igualdade e liberdade em relação às pessoas que participam desse processo[...]

Para Peruzzo (2000, p.20 ),

[...] promovendo a participação popular no processo de produção dos audiovisuais almeja-se desmistificar a televisão, discutir assuntos de interesse público carentes aos grupos

locais e motivar o envolvimento das pessoas na democratização dos meios de comunicação de massa [...]

Encontra-se no veículo espaço para muitas das temáticas esperadas pela população local, como a participação de artistas locais, a transmissão dos espetáculos folclóricos, entre outros assuntos relacionados diretamente com a população, tais como esportes, culinária, turismo, juntamente às temáticas produzidas pelo corpo acadêmico da UNIFEV. Assim, não se pode atribuir à TV Universitária de Votuporanga, o sentido da televisão comunitária. Esse fato, de certa maneira, interfere na própria audiência que espera do veículo uma presença e uma participação maior da própria população.

Sobre esse aspecto, a população opina que a TV Universitária de Votuporanga deveria ser a “protagonista” para a resolução de problemas dos bairros, em contraste com a idéia de que caberia às próprias associações de bairro o encaminhamento adequado ou a solução dos seus problemas coletivos.

De acordo com Peruzzo (2000, p.75), é inegável o potencial da mídia, tanto para mobilizar os moradores num evento quanto para pressionar o poder público. No entanto, a mídia tem sido apenas um canal para se externar as reivindicações populares.

Também entende-se que diante das características da recepção apuradas neste trabalho, é difícil para o pesquisado opinar sobre a programação ideal de um canal que propõe sua produção localmente, pois esse mesmo público desconhece as oportunidades de um veículo de comunicação como a TV Universitária.

Para que esse receptor possa redefinir suas posições na sociedade, seria preciso criar condições para um certo distanciamento com os meios

massivos que persistem na manutenção de uma identidade imposta e padronizada.

Contradicoriatamente, ao mesmo tempo em que a TV Universitária de Votuporanga tem sido tratada como um espaço privado, também lida com assuntos que dizem respeito mais diretamente à vida das pessoas no espaço vivido do seu cotidiano na produção do telejornalismo.

Pôde-se perceber, no convívio dentro da TV Universitária de Votuporanga a demonstração de interesse da população pela emissora por intermédio das fontes de notícias. Elas se espalham não só pelo município como também pela região, em diversas áreas de interesse local, tais como agropecuária, meio ambiente, assuntos jurídicos e políticos.

Recentemente uma reportagem produzida pelo TVU Jornal, sobre o salvamento de uma criança pelo avô a qual estava sendo atacada por uma cobra, num sítio próximo à Votuporanga, foi destaque nos noticiários de rede nacional dos grandes veículos como Globo, SBT e Record, além de outros canais como Rede TV, emissora que levou o menino salvo até o estúdio para gravação de depoimento sobre o fato.

Isso nos permite entender que algumas notícias locais atendem não somente aos interesses da própria população. Constitui fato local, mas desperta o interesse dos mais variados públicos receptores, nas mais variadas localidades do país pelo seu caráter peculiar.

## CAPÍTULO 5

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Se se pensar a academia enquanto espaço de produção e reprodução de conteúdos científicos de interesse das comunidades locais, evidencia-se que precisa buscar, para a produção de audiovisuais e para as transmissões da TV Universitária de Votuporanga, a mediação dessa produção junto à recepção local. Incluindo em seus projetos de pesquisa e extensão a utilização do vídeo, pode dispor de um meio facilitador do processo de tomada de consciência da população, dos problemas comuns e um meio de mobilização de segmentos sociais excluídos que se encontram à margem. Estes, por sua vez, podem ajudar a direcionar, a partir dos seus anseios, os trabalhos desenvolvidos pela universidade.

A análise dos resultados levantados, em relação à atual situação da TV Universitária de Votuporanga, permite construir uma nova visão dos problemas de recepção, e iluminar o planejamento de uma reestruturação da TV Universitária de Votuporanga, que garanta que ela democratize seus temas, funcione como um espaço de exibição daquilo que a UNIFEV produz, proponha novos formatos e crie novos espaços para produção de temas originados na população, contemplando as preocupações, realidades e valores das diversas comunidades.

Ao enfocar a programação produzida pela TVU a partir do ensino, pesquisa e extensão, e sua intermediação pela TV, observa-se possibilidades de que os estudos realizados pela UNIFEV a partir de experimentos e tendo

parte da população como sujeito, cheguem para toda a população local atingida pelo sinal de transmissão do veículo como conhecimento adquirido.

Essa seria uma forma da instituição de ensino quitar ou pelo menos atenuar seu débito para com a sociedade.

Essa possibilidade de interação da recepção com a produção televisiva, além de mobilizar a população para o veículo, também pode tornar possível uma aproximação maior entre a UNIFEV e a população, na medida em que a academia tenha respostas aos problemas sociais, tanto por intermédio dos programas exibidos, quanto no aprendizado que pode decorrer da produção de audiovisuais.

É importante ainda considerar a possibilidade do aprendizado decorrente da análise das informações que são transmitidas. Por intermédio do curso de Comunicação Social, cabe à academia privilegiar programas de extensão que visem auxiliar a recepção a perceber o melhor contexto da informação, discutindo mecanismos internos da produção e despertando para a necessidade de não se deixar levar pela primeira fonte.

Pode partir, dessa maneira, das experiências informativas individuais proporcionando entendimento de como fatos testemunhados ou bem conhecidos foram informados pelos meios de comunicação, auxiliando a perceber as constantes da narração informativa (estruturais e temáticas), as articulações sociais e dos meios na informação, as contradições na produção, veiculação e recepção. (MORAN, 1991, p. 54). Enfim, pode colocar a população, por meio de projetos acadêmicos de pesquisa participativa (Pesquisa-Ação), em contato com a complexidade da produção da informação

e tudo que a envolve, desde a fonte, passando pela produção e reprodução dos conteúdos, dimensionando como estes chegam aos televisores.

Quando se pretende a democratização do meio para atender melhor às possíveis utilizações deste pela população, é preciso também ter-se em vista as atuais discussões sobre a implantação da TV digital no Brasil.

Tem-se de considerar que essas discussões têm se concentrado mais nas características do padrão tecnológico a ser adotado e nas compensações industriais que um ou outro modelo implica para o país do que propriamente nos conteúdos que serão possibilitados e nas oportunidades de transmissões pela nova plataforma de comunicação.

Com a TV digital, será possível multiplicar o número de canais, o que pode garantir espaço na televisão aberta para novos programadores e produtores de conteúdo audiovisual. No entanto, o elemento central das discussões tem sido o espectro eletromagnético, ou seja, os “pedaços” do espectro que são dedicados às transmissões de programação audiovisuais.

Segundo a Revista Intervozes, Coletivo Brasil de Comunicação Social, (2006, p.04) por lei, o Estado outorga uma concessão pública desses “pedaços” para que empresas ou instituições transmitam uma programação por meio das ondas eletromagnéticas. Nas transmissões analógicas, cada emissora precisa de um “pedaço” de 6MHz do espectro, usualmente chamado de “canal”, para transmitir sua programação.

No âmbito deste trabalho, o que interessa é que, com o surgimento da nova tecnologia, é possível transmitir som e imagem em melhor qualidade e de modo otimizado, ocupando um espaço menor no espectro. Os mesmos 6MHz,

que só comportam uma programação analógica, poderão carregar até oito programações digitais.

Para a Revista Intervozes (2006, p. 10) “do ponto vista legal, as emissoras de televisão receberam suas concessões para transmitir apenas uma única programação”. Portanto, se houver mudanças na tecnologia de transmissão do sinal, poder-se-á antever uma consequente redistribuição da faixa dos 6MHz, o que possibilitaria a multiplicação de canais e ainda a entrada de novos programas no espectro, especialmente os de caráter público.

O redimensionamento da faixa dos 6MHz para uma faixa menor necessária à transmissão do sinal digital, somado à multiplicação de atores, pode tornar a nova TV um instrumento de fortalecimento democrático e de garantia de direitos fundamentais a serviço da educação, da inclusão, do escoamento da produção audiovisual independente e do respeito à diversidade cultural e regional.

Com relação à UNIFEV à TV Universitária de Votuporanga, sua recepção, pode-se antever que sem uma preparação focalizada na educação para a mídia, para o aproveitamento das potencialidades dos formatos e linguagens, as discussões sobre a nova TV digital não vão passar do plano da multiplicação das possibilidades de programação.

Não cabe aqui, neste trabalho, focalizar a questão da interatividade proporcionada pelo novo sistema de transmissão, pois muito haverá para ser discutido se se considerar que está relacionada à escolha de um canal de retorno, ou seja, se esse canal será via telefone (fixo ou celular), satélite, banda larga de radiodifusão, ou outros, através dos quais os cidadãos poderão enviar dados às emissoras.

Entretanto, uma breve consideração à respeito evidencia a responsabilidade da TV Universitária com o novo panorama tecnológico.

Considerando-se a realidade brasileira, que:

[...] menos de 20% da população tem acesso à Internet nas suas casas (só 6% banda-larga) e, para efetivar o acesso da população aos benefícios da TV digital, é preciso que ela seja acessível exatamente às pessoas hoje excluídas economicamente. (REVISTA INTERVOZES, 2006, p.14),

Para tanto, políticas públicas que facilitem o acesso da população à banda-larga, a um custo baixo, precisam ser instituídas para garantir abrangência aos canais de interatividade.

Em recente pesquisa realizada pelos professores da UNIFEV junto aos seus alunos, foi verificado que menos de 26% destes têm computador com Internet banda-larga em suas residências.

Para a TV Universitária de Votuporanga, a vantagem no novo sistema estaria justamente na transmissão do sinal, oportunizada pelo operador de rede.

O operador de rede é um novo concessionário, responsável exclusivamente pela infra-estrutura de transmissão. Sua adoção parte do pressuposto de que não existe um direito de propriedade sobre o espectro eletromagnético, um bem público e finito. Com ele, cada emissora recebe o espaço necessário para transmitir seu conteúdo, e se uma nova tecnologia possibilitar diminuir este espaço, o excedente é automaticamente redistribuído para a entrada de novas emissoras. (REVISTA INTERVOZES, 2006, p. 20)

Segundo a Revista Intervozes (2006), com o operador de rede, as emissoras podem transmitir seu sinal para uma única antena (de empresa neutra, sem ligação com emissoras e fortemente controlada por uma agência reguladora) que reúne os sinais no espaço disponível e transmite em um único feixe para as residências daquela área de cobertura, o que beneficia as

emissoras que podem dividir os custos do serviço prestado pelo operador de rede.

No modelo atual da radiodifusão brasileira, cada canal que recebe a concessão para transmitir a sua programação possui sua própria infra-estrutura (antena) para difusão do conteúdo de suas produções para a área de cobertura, o que torna o serviço de transmissão uma das maiores dificuldades das pequenas emissoras.

Também é possível cobrar do operador de rede o “subsídio cruzado”, em que o operador é obrigado a carregar, sem custos, as emissoras públicas e comunitárias. O operador de rede também pode transmitir conteúdos gerados por licenças do Serviço de Comunicações Multimídia (SCM), prestadas em regime público. Esta modalidade é caracterizada pela transmissão de programas multimídia (dados e segmentos de áudio e vídeo) a usuários, grupos de usuários ou a toda a população, por meio da plataforma de TV digital, podendo permitir o acesso à Internet. (Revista Intervozes, coletivo brasil de comunicação social, 2006, p. 20)

Para entender essas relações entre a TV digital e uma nova possibilidade de transmissão com qualidade e novas possibilidades de conteúdos a partir da interatividade com a recepção, é importante considerar o fato de que o canal hoje disponibilizado possa ser fracionado é o grande impasse entre as grandes redes televisivas, o governo, as universidades, os gestores públicos e os integrantes da sociedade civil que defendem o aproveitamento da TV digital para democratizar a mídia brasileira.

Para Gabriel Priolli, presidente da ABTU – Associação Brasileira de TVs Universitárias, a TV digital pode trazer pelo menos três vantagens sobre a TV analógica, para os canais universitários:

1- a multiplicação do número de canais que pode significar maior democratização no acesso de atores sociais à tela;

2- a transmissão em alta-definição que praticamente eliminará a distância técnica, em qualidade de imagem entre a TV e o cinema e poderá redefinir completamente esses dois mercados numa perspectiva inédita de articulação e integração;

3- a interatividade, pela qual o telespectador poderá ter um papel ativo na produção e difusão de conteúdos.

Nesse sentido, pensando nas condições para que o público receptor realmente possa usufruir a interatividade, Priolli (2007) aponta:

As emissoras universitárias, pela proximidade e ligação com os projetos de pesquisa universitários, poderão ser um campo privilegiado de provas, para experimentos em todas essas direções citadas. Particularmente quanto à interatividade, podemos trabalhar para desenvolver softwares e metodologias de uso da TV digital pelos cidadãos, contribuindo para promover uma audiência de TV muito mais qualificada, exigente e ativa do que a existente hoje.

A elaboração de um projeto de TV que promova, além da produção dos programas transmitidos pelo canal, a educação para a mídia e, especialmente, o conhecimento da televisão como instrumento prático para o desenvolvimento da autonomia do espectador, poderia reverter-se em benefício da TV Universitária enquanto modelo de veículo a que se propõe.

Quando se estrutura um relato histórico sobre o meio desde a implantação da TV, passando pela sua expansão, até os dias atuais, com a recente discussão da implantação da TV de alta definição, vê-se que esse veículo está realmente presente na sociedade brasileira.

Se por um lado, atendeu aos objetivos de integração nacional e centralização política e cultural do regime militar (1964-1985), por outro também é preciso considerar os esforços realizados para modificar seu perfil,

adequando-se à sociedade mais democrática e pluralista que se vê formar-se no início deste século.

Os procedimentos de uma nova pesquisa de observação participativa, com uma inserção maior no ambiente da recepção local e, consequentemente, uma maior interação com ela, possivelmente com a metodologia da Pesquisa-Ação, serão significativos para gerar mudanças desejáveis nas relações entre a população e a TV Universitária de Votuporanga com o enriquecimento de ambas as partes.

## BIBLIOGRAFIA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. Disponível em: <<http://abtu.org.br>>. Acesso em: 30 de maio. 2005.

BRAZIL, Carlos. **Discutindo os canais universitários**. Disponível em: <<http://universia.com.br>>. Acesso em: 18 de jul. 2006.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre televisão**. Tradução de Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

CHAUÍ, Marilena. **Escritos sobre a universidade**. São Paulo:UNESP, 2001.

CUNHA, Isabel Ferin. **Dos efeitos à recepção**: algumas pistas de leitura. Disponível em: <<http://revcon.portcom.intercom.org.br/scielo.php?>>. Acesso em: 13 de nov. 2006.

DA VIÁ, Sarah Chucid. **Opinião pública**: técnicas de formação e problemas de controle. São Paulo: Loyola, 1983.

DEMO, Pedro. **Educação, cultura e política social**. Porto Alegre: FEPLAM, 1980.

DUARTE, José; BARROS, Antônio (Org). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. 164 p.

FELINTO, Erick. **“Materialidades da Comunicação”**: por um novo lugar da matéria na teoria da comunicação. Disponível em: <<http://www.uff.br/mestcii/felinto1.htm>>. Acesso em: 31 de agos. 2005.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1996.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 7.ed. - Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Cidade de Votuporanga**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 03 de mar. de 2006.

INTERVOZES (Coletivo Brasil de Comunicação Social). **Informativo Intervozes: TV digital**, maio, 2006.

JOLY, Ana Vitória. **A interatividade na televisão digital**: um estudo preliminar. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/joly-ana-interatividade-tv-digital-port.html>>. Acesso em: 24 de out. 2006.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo. **Pesquisa em comunicação**. 6 ed. São Paulo: Loyola, 2001.

\_\_\_\_\_. **Epistemologia da comunicação**. São Paulo: Loyola, 2003.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. 2.ed. São Paulo: SENAC/S.P, 2001.

MAGALHÃES, Cláudio. **TV Universitária**: uma televisão diferente. Disponível em: <<http://ctjovem.mct.gov.br>>. Acesso em: 30 de maio. 2005.

MARCONDES FILHO, CIRO. **Televisão**: a vida pelo vídeo. São Paulo: Moderna, 1988.

MARTIN - BARBERO, Jesús, REY, Germán. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. Tradução de Jacob Gorender. São Paulo: SENAC/S.P, 2001.

MATTELART, Armand e Michèle - **História das Teorias da Comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999, p. 76.

MORAN, José Manuel. **Como ver televisão: leitura crítica dos meios de comunicação**. São Paulo: Ed. Paulinas, 1991.

MORIN, Edgar. **Os sete saberes necessários para educação do futuro**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **I Fórum Nacional de Tv's públicas**: relatórios dos grupos temáticos de trabalho. Brasília, 2007,116p.

PENA, Felipe. **Estética, pluralidade e cidadania nas tevês universitárias**. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?htm12=pena-felipe-tv-universitaria.html>>. Acesso em: 18 de jul. 2006.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **Mídia local e suas interfaces com a mídia comunitária**. Disponível em:  
<<http://.intercom.org.br/papers/congresso2003/pdf/2003-np12-peruzzo.pdf>>  
Acesso em: Acesso em: 10 de jul. 2006.

PERUZZO, Cicília M. Krohling. **TV comunitária no Brasil**: aspectos históricos. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/alaic/boletin8/cicilia.doc>>. Acesso em: 21 de abr.2005.

PORTO, Mauro P. . **A pesquisa sobre a recepção e os efeitos da mídia**: propondo um enfoque integrado. Disponível em:  
<[http://www.fca.pucminas.br/saogabriel/raop/pdf/recepcao\\_efeitos\\_midia.pdf](http://www.fca.pucminas.br/saogabriel/raop/pdf/recepcao_efeitos_midia.pdf)>. Acesso em: 21 de jul.2005.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. **A TV universitária como instrumento de difusão da cultura regional**. Disponível em:  
<[http://abtu.org.br/arquivos\\_tvu\\_cultura\\_regional.sp](http://abtu.org.br/arquivos_tvu_cultura_regional.sp)> Acesso em: 20 abr. 2007.

REDE GLOBO (Central Globo de Afiliadas e Licenciamento -CGAL). Revista Informativa TV TEM, jun. 2005.

RUÓTOLO, Antônio Carlos. **Audiência e Recepção**: perspectivas. Disponível em: <[http://editora.metodista.br/COM30/cap\\_07.pdf](http://editora.metodista.br/COM30/cap_07.pdf)> Acesso em: 17 ago. 2006.

SAMARA, Beatriz Santos; BARROS, José Carlos de. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. 2.ed. São Paulo: Makron Books, 1997.

SANTAELLA, Lucia. **Cultura das mídias**. 3.ed. São Paulo: Experimento, 2002.

SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados). **Perfil municipal de Votuporanga**. Disponível em:  
<<http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/perfil.php>>. Acesso em: 06 de jul. 2007.

SEADE (Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados). **Índice Paulista de Responsabilidade Social**: dimensão riqueza, longevidade, escolaridade e desenvolvimento humano. Disponível em:  
<[http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/popup\\_notas.php?var\[1\]](http://www.seade.gov.br/produtos/perfil/popup_notas.php?var[1])>. Acesso em: 06 de jul. 2007.

SELLTIZ, Claire (org.) et al. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. São Paulo: EPU, 1974.

SOUZA, José Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e da mídia.** Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2004.

SOUZA, José Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira.** São Paulo: Summus, 2004.

STRAUBHAAR, Joseph, LAROSE, Robert. **Comunicação, mídia e tecnologia.** São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2004.  
UNIFEV (Centro Universitário de Votuporanga). Revista Ações de Responsabilidade Social 2005, Votuporanga, 2005.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **O estudo científico da comunicação:** avanços teóricos e metodológicos ensejados pela escola latino-americana. Artigos PCLA, v.02, jan., 2001. Disponível em:  
[www2.metodista.br/unesco/pcla/revista6/artigo](http://www2.metodista.br/unesco/pcla/revista6/artigo)

UNIFEV (Centro Universitário de Votuporanga). **Plano de Desenvolvimento Institucional da UNIFEV.** Votuporanga, 2002-2006.

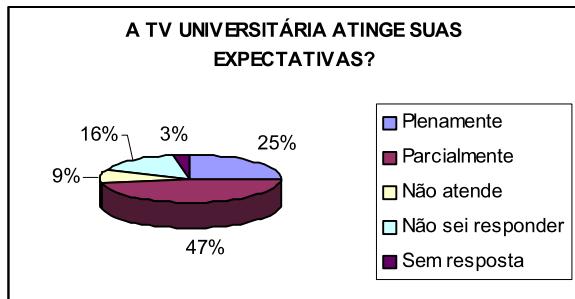
ZANATTA, Carlos Eduardo. TV o quê?. **Revista Tela Viva**, abr., 2007, p.24-25.

## ANEXO 1

### PESQUISA COM DOCENTES DA UNIFEV

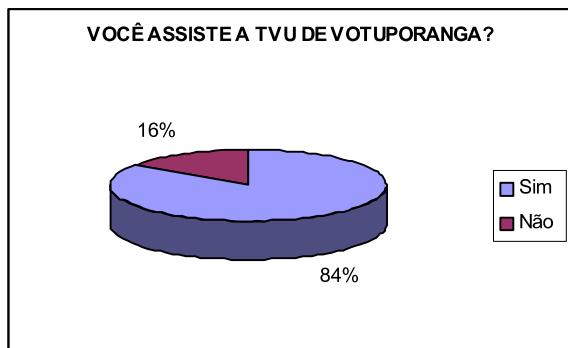
#### 1- A TV UNIVERSITÁRIA ATINGE SUAS EXPECTATIVAS?

- Plenamente - 8
- Parcialmente - 15
- Não atende - 3
- Não sei responder - 5
- Sem resposta- 1



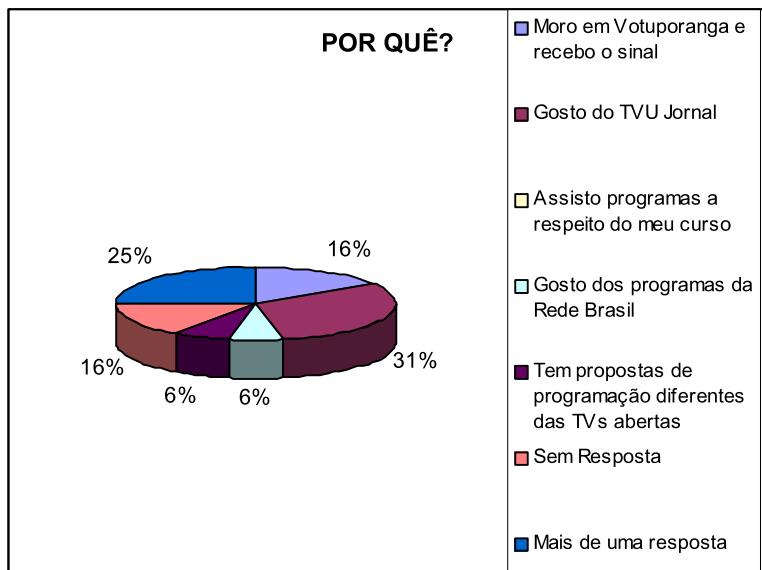
#### 2- VOCÊ ASSISTE A TVU DE VOTUPORANGA?

- Sim - 27  
Não - 5



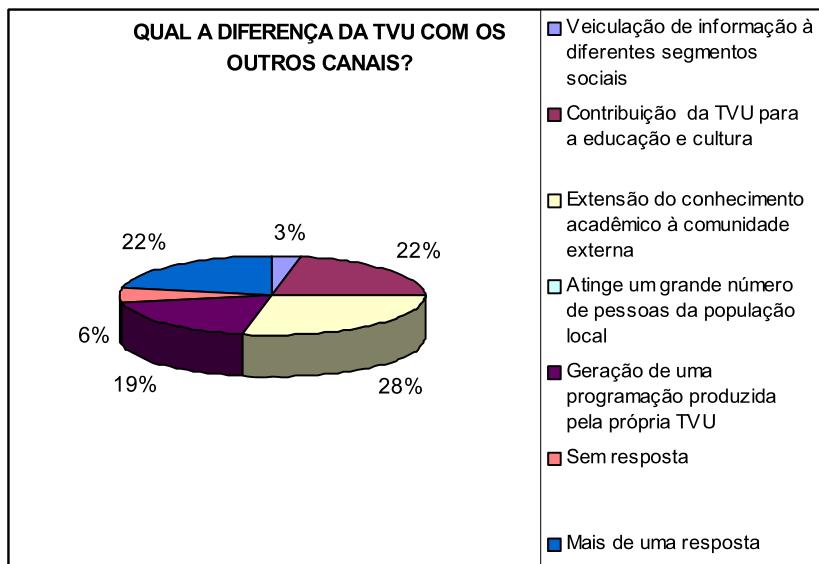
### 3- POR QUÊ?

- Moro em Votuporanga e recebo o sinal
- Gosto do TVU Jornal
- Assisto programas a respeito do meu curso
- Gosto dos programas da Rede Brasil
- Tem propostas de programação diferentes das TVs abertas
- Sem Resposta
- Mais de uma resposta



#### 4- QUAL A DIFERENÇA DA TVU COM OS OUTROS CANAIS?

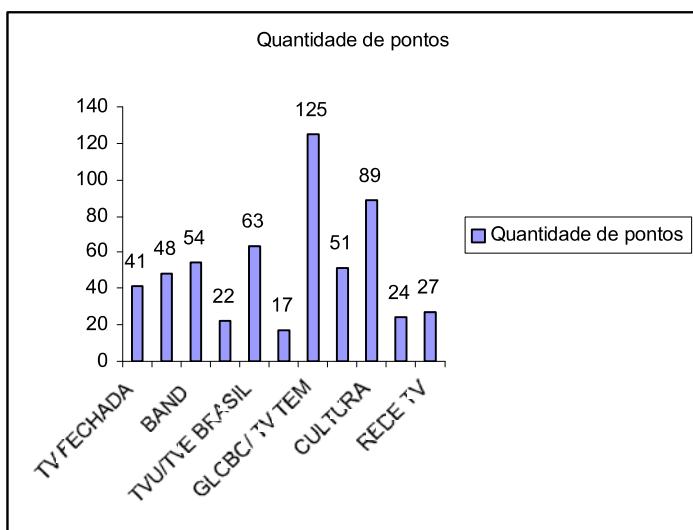
- Veiculação de informação à diferentes segmentos sociais 1
- Contribuição da TVU para a educação e cultura - 7
- Extensão do conhecimento acadêmico à comunidade externa - 9
- Atinge um grande número de pessoas da população local - 0
- Geração de uma programação produzida pela própria TVU - 6
- Sem resposta - 2
- Mais de uma resposta -7



#### 5- CANAIS QUE MAIS ASSISTEM:

Canais	Pontos
TV FECHADA	41
SBT	48
BAND	54
REDE VIDA	22
TVU/TVE BRASIL	63
CNT	17
GLOBO/ TV TEM	125
RECORD	51
CULTURA	89
TV GAZETA	24
REDE TV	27

Nessa pergunta, somamos todos os pontos de cada pesquisa e assim chegamos numa pontuação final.



## 6- A TV SERVE COMO MEIO DE DIFUSÃO DE CONHECIMENTO ACADÊMICO?

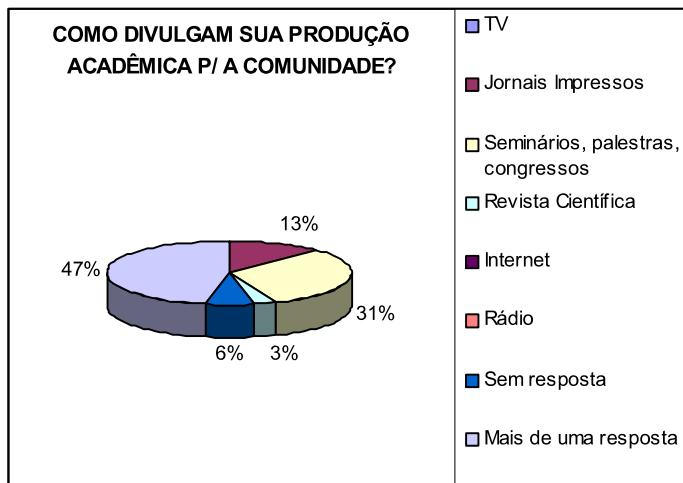
Sim - 32

Não - 0



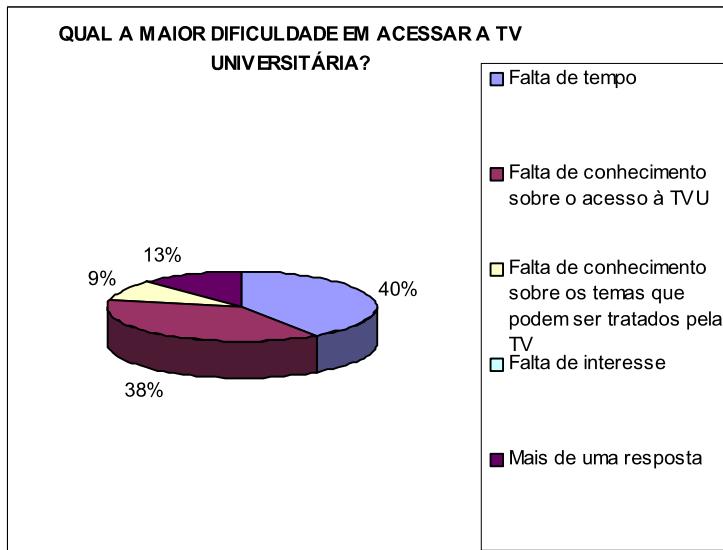
## 7- COMO DIVULGA SUA PRODUÇÃO ACADÊMICA P/ A COMUNIDADE?

- TV – 0
- Jornais Impressos - 4
- Seminários, palestras, congressos - 10
- Revista Científica - 1
- Internet - 0
- Rádio - 0
- Sem resposta - 2
- Mais de uma resposta- 15



## 8- QUAL A MAIOR DIFICULDADE EM ACESSAR A TV UNIVERSITÁRIA?

- Falta de tempo - 13
- Falta de conhecimento sobre o acesso à TVU - 12
- Falta de conhecimento sobre os temas que podem ser tratados pela TV - 3
- Falta de interesse - 0
- Mais de uma resposta- 4



\* Formulários sem resposta  
resposta

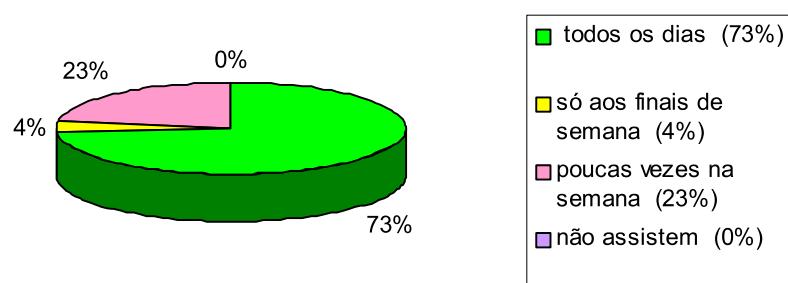
\*\* Formulários com mais de uma

## ANEXO 2

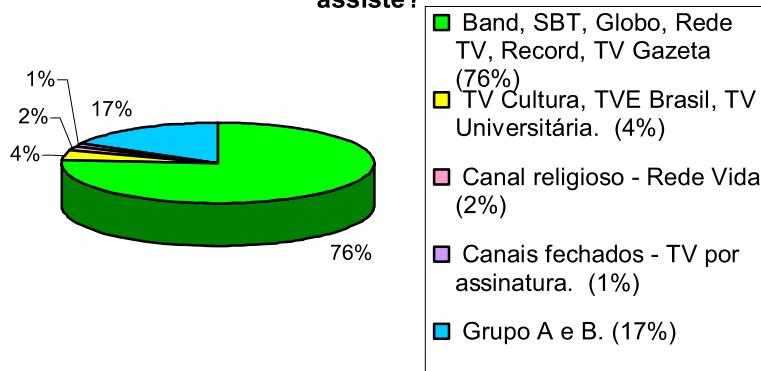
### TABULAÇÃO

#### SOBRE TELEVISÃO DE MANEIRA GERAL.

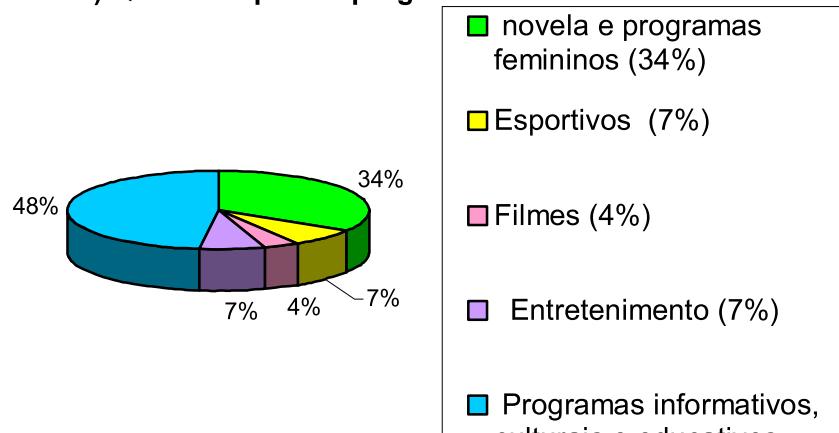
##### 1) Com que freqüênciavocê assiste TV?



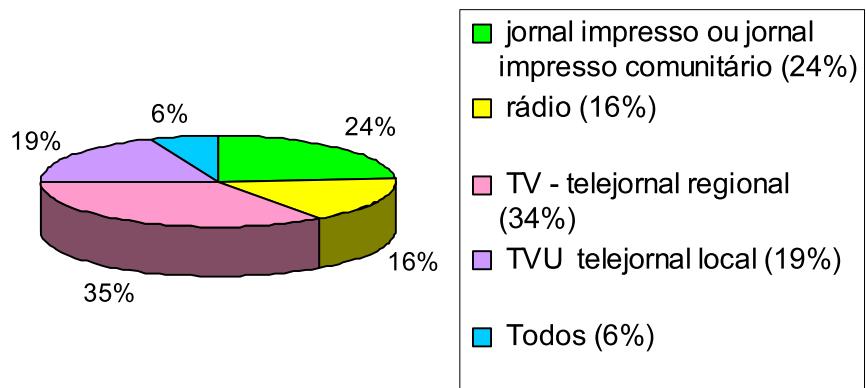
##### 2) Entre estes, qual grupo de canais você mais assiste?



**3) Quais os tipos de programa você mais assiste?**

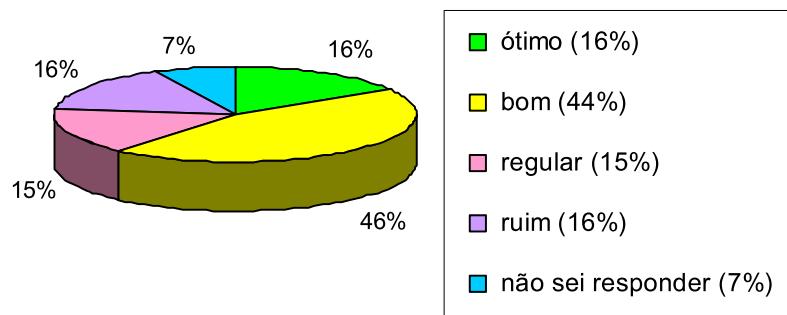


**5) Onde você busca informação sobre a sua cidade?**

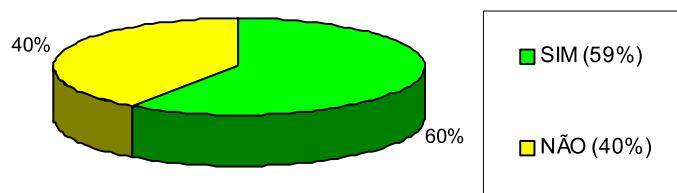


## **SOBRE A TV UNIVERSITÁRIA DE VOTUPORANGA**

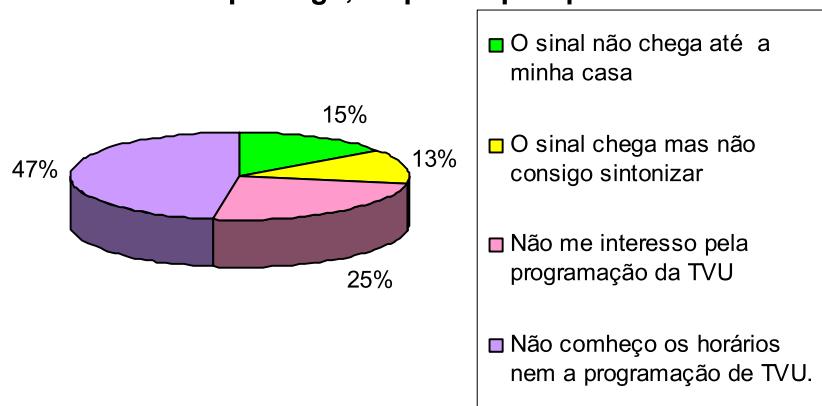
**6)Qual a qualidade da imagem e do som da TV Universitária em sua casa ?**



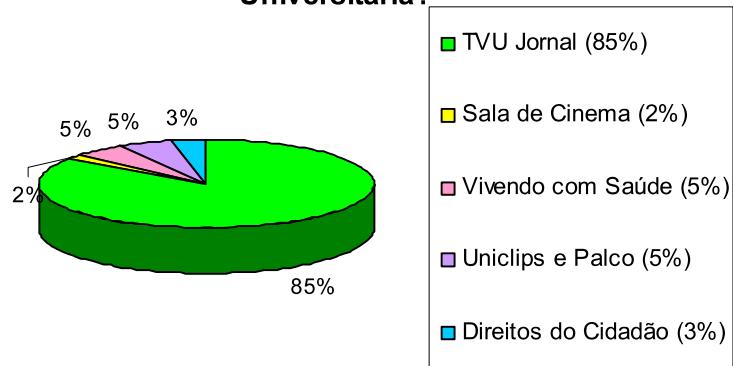
**7)Você assiste a TV Universitária de Votuporanga?.**



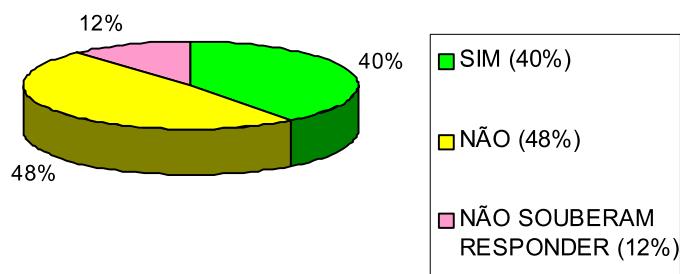
**8) Se você NÃO assiste a TV Universitária de Votuporanga, responda por quê?**



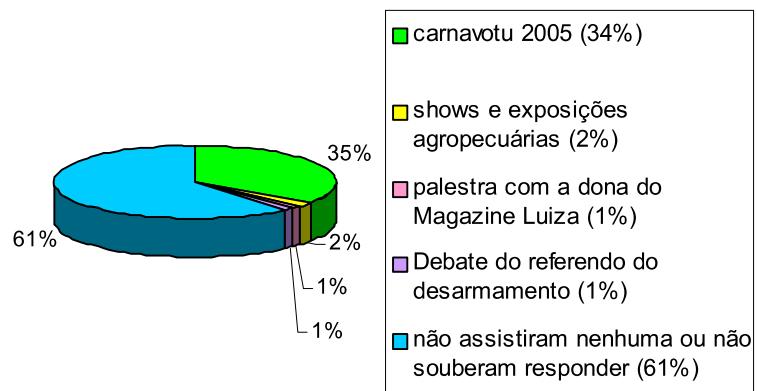
**9) Qual programa você mais assiste na TV Universitária?**



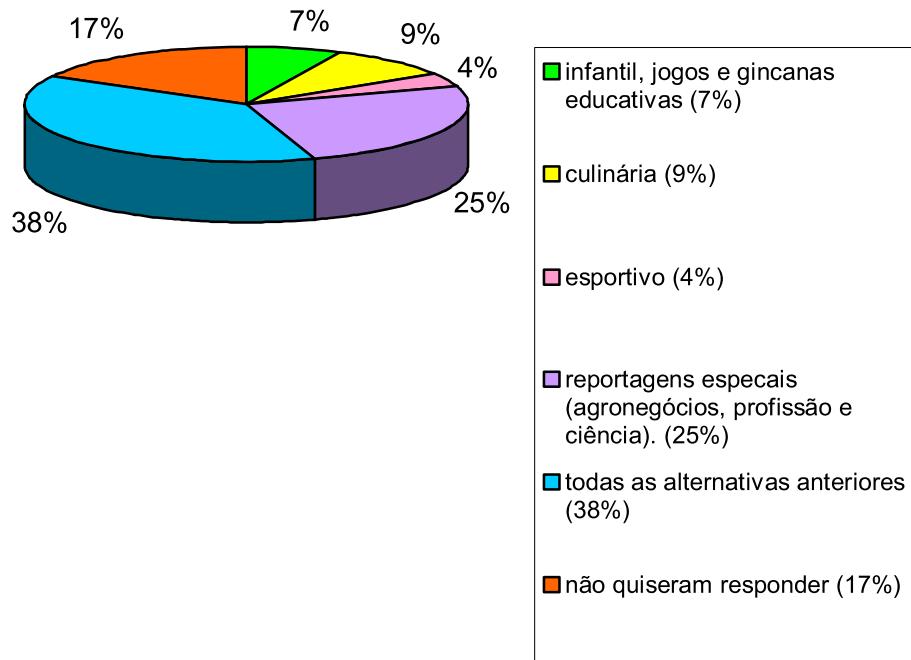
**10)Você já assistiu alguma transmissão ao vivo pela TV Universitária?**



**11)Qual transmissão?**

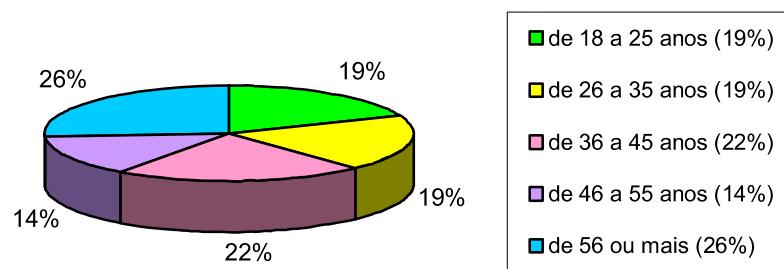


**12) Que tipo de programa você gostaria de ver na TV Universitária que ela ainda não possui? Lembrando que a TV Universitária está diretamente ligada à UNIFEV e aos seus 25 cursos, que abrangem as Ciências Exatas, Biológicas e Humanas.**

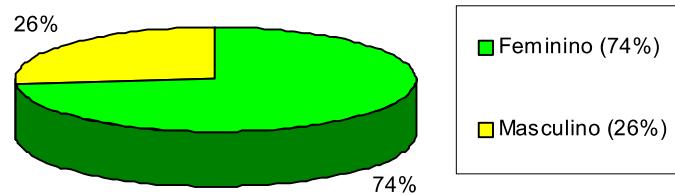


## **PESQUISA SÓCIO – DEMOGRÁFICA:**

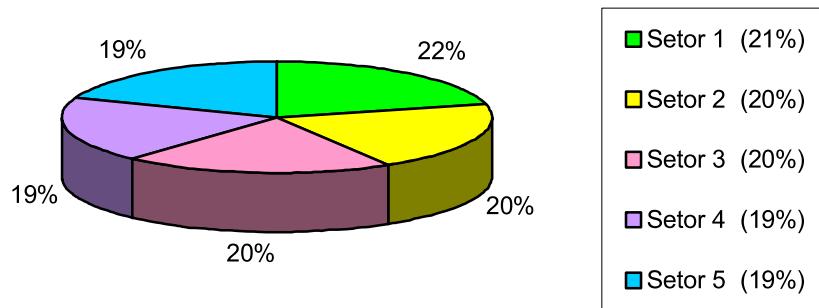
### **13) Sua Idade: Faixa etária dos Telespectadores.**



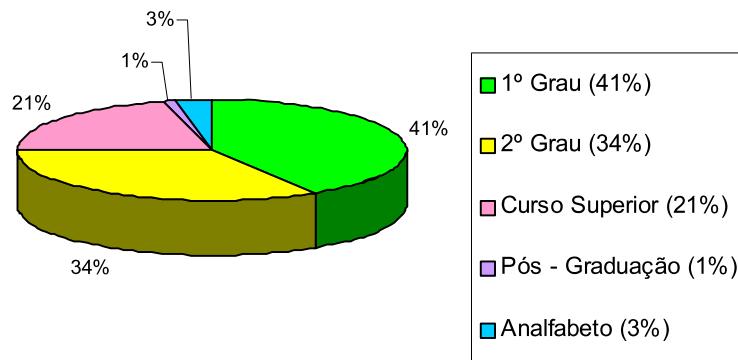
### **14) Sexo:**



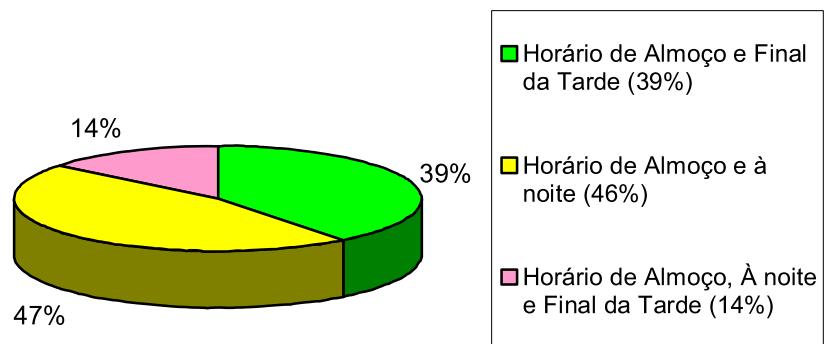
**15) Em que setor mora: Nº de Telespectadores por setor pesquisado**



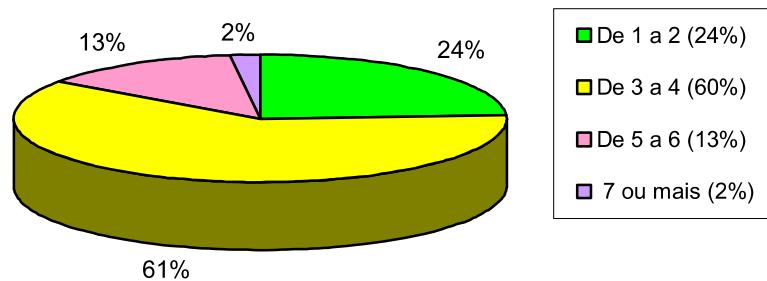
**16) Grau de escolaridade:**



**17) Que horário você considera melhor para a transmissão do telejornal da sua cidade?**



**18) Quantas pessoas moram na casa?**



## **ANEXO 5**

### **Estatuto da Fundação Rádio Educacional de Votuporanga**