

---

## Indicadores de Qualidade do Telejornalismo da Televisão Universitária: criação de um modelo de análise <sup>1</sup>

Kamyla Faria Maia <sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### Resumo

O presente artigo discute uma proposta de modelo de avaliação da produção jornalística das emissoras universitárias brasileiras, tendo em perspectiva a complementaridade entre os serviços comercial, estatal e público. Para isso, propõe a criação de indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, seguindo como referência o que Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) desenvolveram para as emissoras públicas. Como base para a criação desses indicadores serão usados os conceitos de telejornalismo de interesse comum (COUTINHO, 2013) e os princípios da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012), uma vez que as televisões universitárias integram o Campo Público de Televisão no Brasil. <sup>3</sup>

**Palavras-chave:** indicadores de qualidade; telejornalismo; televisão universitária.

### Introdução

A televisão universitária brasileira é aquela produzida por uma Instituição de Ensino Superior; pública ou privada; transmitida por radiodifusão educativa em sinal aberto, por canal universitário na TV a cabo, ou por satélite, circuito interno e internet; e cuja programação seja voltada à educação, cultura e cidadania (MAGALHÃES, 2002, p.15). O que define o termo é a ligação com uma instituição de ensino e não necessariamente um modelo de transmissão, desde que seja preservada a “programação contínua, formatada e com uma identidade própria” (MAGALHÃES, 2013, p. 11). Assim, abarca-se sob o mesmo conceito concessões educativas regulamentadas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações a partir de 1967 e canais universitários criados pela Lei do Cabo em 1995.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação na FIC/UFG- [maia.kamyla@gmail.com](mailto:maia.kamyla@gmail.com).

<sup>3</sup> O texto faz parte da tese de doutorado em desenvolvimento no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FIC/UFG sob orientação da professora Nelia Del Bianco.

---

Essas emissoras devem ter “programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento” e voltada para o “público interessado em cultura, informação e vida universitária”, no qual se inclui a comunidade acadêmica e aqueles que gravitam no seu entorno, como familiares, fornecedores, vestibulandos e gestores (PEIXOTO e PRIOLLI, 2004, p.5). Para a Unesco, mais que emissoras estudantis, as televisões universitárias são “a face da universidade, a expressão audiovisual de sua comunidade, de suas atividades e de seus projetos” e por isso, “busca-se fórmulas de integração efetiva de estudantes, professores e funcionários ao esforço produtivo da televisão, para se obter uma programação que seja atraente, consistente e relevante” (2001, p.10).

No ano de 2020 estavam em funcionamento no Brasil pelo menos 183 televisões universitárias, geridas por 167 Instituição de Ensino Superior- IES, ou seja, há instituições de ensino com mais de uma emissora universitária. Desse total, 117 atuam apenas na internet (64%); 51 transmitem por meio da TV a cabo (28%); 22 veiculam a sua programação pela TV aberta (12%) e 3 exibem conteúdo via circuito interno (1%); sendo que várias utilizam mais de um meio de transmissão. A maioria das emissoras universitárias concentram-se nas regiões Sudeste e Sul (67%), as quais possuem maior quantidade de Instituições de Ensino (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020, on-line).

As televisões universitárias são reflexo de suas mantenedoras, que têm configurações jurídicas distintas e diferentes vocações de ensino. Um ponto que parece uni-las é que o caminho trilhado na contraposição do modelo hegemônico, mas nunca o negando ou deixando de usá-lo (MAGALHÃES, 2009, on-line). Esse tipo de emissora se configura como um contraponto, um antirreferencial, um lugar no qual a prioridade é a integração e a comunicação na acepção correta de “colocar em comum” (MAGALHÃES, 2002, p.50). Ao se distanciar do sistema comercial as emissoras ligadas às IES acabam por ser enquadradas do Campo Público de Televisão no Brasil.

Esse campo é formado por um grupo heterogêneo de emissoras não-comerciais que operam no Brasil e que apresentam visões e concepções comuns, sendo elas as emissoras universitárias, educativas, legislativas e comunitárias (VALENTE, 2009a, p. 07). As televisões que integram o grupo não têm finalidade comercial, mantêm autonomia mínima em relação a mercados e governos e são financiadas a partir de múltiplas fontes. Além disso, devem contar com a participação da sociedade civil e promover a formação crítica do cidadão, a partir de um conteúdo socialmente abrangente, que exponha a diversidade opiniões e promova o debate de questões de relevância social por meio de

diferentes abordagens (CURADO; BIANCO, 2014). Dessa maneira, a programação da televisão universitária deve atender aos preceitos expostos no Artigo 223 da Constituição Cidadã, que divide a comunicação em um tripé formado pelos campos comercial, público e estatal, e que determina que haja complementariedade entre os serviços prestados.

## **1. Telejornalismo na Televisão Universitária**

Ao observar as diretrizes da radiodifusão pública, o telejornalismo das emissoras não comerciais brasileiras, como é o caso da televisão universitária, pode reduzir as desigualdades sociais entre interlocutores na esfera discursiva, organizando o discurso público não “como retroalimentação do poder político, mas como aporte de influência sobre o poder administrativo, pondo em causa a possibilidade de deliberação dos assuntos” (ROCHA e MARROQUIM, 2011, p. 156).

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

Estabeleceu-se como premissa que o telejornalismo público deveria ter como um dos princípios orientadores, em especial, avançar para além da distinção forma-conteúdo que impediria a oferta de informação de qualidade nas emissoras comerciais e estatais, na medida em que estaria liberto da perspectiva mercadológica, pela busca pelo lucro, comercial sobretudo. [...] Os telejornais e programas jornalísticos nesse sentido deveriam ter como premissa e/ou promessa promover uma melhor compreensão da realidade, tornando mais próximo e efetivo, seu entendimento e apropriação pelos telespectadores. Estes deveriam ser compreendidos e representados nas reportagens como grupo social. Além disso, mais do que informação descontextualizadas, os telejornais públicos deveriam contribuir com a oferta de conhecimento cotidiano e formação de espectadores e, assim, estimular sua autonomização (COUTINHO, 2013, p. 29).

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

cidadão e não como consumidor. A notícia deve ser classificada mais por seu valor de troca do que por seu valor de uso. O principal proveito de uma notícia será dialógico e dialético, insumo para a partilha das informações e combustível para o debate e até para o conflito. A apropriação do valor de troca é coletiva e gera “uma nova compreensão do papel da notícia e do papel do jornalista na sociedade: a socialização da informação, por sua vez transmutada em saber” (SILVA, 2010, p. 13-18).

No entanto, as emissoras ligadas a uma IES enfrentam um grande desafio para alcançar os objetivos esperados para telejornalismo e por isso, faz-se necessário criar um método próprio de análise, especialmente porque não há formas consolidadas, racionais, para quantificar, medir e para saber se, segundo parâmetros públicos e compreensíveis, esse desafio está sendo vencido ou não (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 03).

Emissoras públicas não podem e não devem contar somente com os instrumentos de análise e pesquisa de audiência desenvolvidos segundo critérios de mercado. Por isso, definir um conjunto de indicadores além do mercado, para elas, é um imperativo. Trata-se de encontrar maneiras de tornar objetivas as avaliações de desempenho dessas instituições e de suas equipes, de modo a permitir comparações contínuas e processos de melhoria mensuráveis. Trata-se, em suma, de construir indicadores por meio dos quais as sociedades – que, em última instância, pagam por essas empresas – possam acompanhar e avaliar a prestação de serviços que recebem. (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 03-04).

Em decorrência do anseio em analisar em que medida o telejornalismo produzido pelas emissoras universitárias brasileiras está vencendo o desafio de produzir conteúdo voltado à cidadania e complementaridade dos serviços comercial, estatal e público, buscou-se criar indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária. A elaboração desses indicadores baseia-se nos princípios da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e no conceito de jornalismo de interesse público (COUTINHO, 2013). Eles serão aplicados por meio da análise e leitura críticas das narrativas jornalísticas audiovisuais (BECKER, 2012).

## **2. Princípios da Radiodifusão Pública**

A radiodifusão pública é norteadada por princípios que se diferenciam dos critérios utilizados pelos meios comerciais, como lucro, produtividade, audiência e anunciantes. Dessa maneira, os meios públicos podem corrigir os desequilíbrios do mercado informacional dominado pelas emissoras comerciais, cujos ideais são contrários à

democracia e tem dominado o cenário midiático, e reduzir a concentração dos meios de comunicação. O que ainda não ocorreu na América Latina, uma vez que a radiodifusão pública tem atuado em um marco de desprestígio, baixa audiência e nenhuma competitividade com os veículos privados (BECERRA e WAISBORD 2015, p. 15-1).

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

1. Universalidade: a programação das emissoras públicas deve ser acessível a todos os cidadãos em todo o território, tendo a obrigação de se dirigir ao conjunto da população e de ser utilizado pelo maior número de cidadãos. Não pressupõe somente a possibilidade de acesso técnico, mas a capacidade de que todos compreendam a programação.
2. Diversidade: o serviço prestado deve refletir a diversidade de interesses do público com programação que abarque diferentes gêneros. O serviço público deve chegar ao conjunto do público por meio da diversidade dos programas, a qual refletir o leque de debates da sociedade.
3. Independência: a radiodifusão pública deve permitir a livre expressão e a circulação de informações, opiniões e críticas. Isso só é possível se a independência for preservada, da mesma forma que a liberdade frente às pressões comerciais ou ao poder político.
4. Especificidade: o serviço oferecido deve se diferenciar das produções comerciais, por meio de inovações e da criação de novos espaços e novos gêneros. Não se trata de produzir exclusivamente gêneros que não interessam aos serviços comerciais, mas sim de fazer as coisas de maneira diferente, de modo que o público diferencie a radiodifusão pública da comercial (UNESCO, 2001, p. 13-15. *Tradução nossa.*).

Os princípios e finalidades das emissoras públicas foram debatidos e complementados por diferentes autores ao longo das últimas décadas e por isso, é preciso acrescentar na atual análise alguns desdobramentos dos conceitos da Unesco (2001). Um deles são as “sete teses” da comunicação pública apresentadas por Cifuentes (2002, p. 147-152):

1. Tese da autonomia: gerada por um estatuto jurídico que proporcione autonomia com relação ao governo em exercício;

2. Tese do pluralismo: programas informativos e de debate devem abarcar diversidade política, religiosa, étnica, de gerações, de gênero e regiões de um país;
3. Tese do estilo cidadão: adotar o ponto de vista do cidadão, do ser humano comum que não sabe e busca informação assistindo às notícias;
4. Tese do perfil programático próprio para audiências maciças: a programação busca atingir o grande público e deve ser dada ênfase à produção de programas nacionais;
5. Tese da atitude inovadora: a produção se volta para a busca permanente de novos gêneros e formatos, a partir da experimentação artística, do fomento à criatividade e à inovação, e da exposição de rostos e vozes marginalizados pelos outros meios;
6. Tese da descentralização: mostrar a diversidade do território a partir da televisão local;
7. Tese do autofinanciamento: combinação de diferentes fontes de financiamento que permita a viabilidade de um projeto de televisão pública autônoma e pluralista (CIFUENTES, 2002, p. 147-152).

Mendel (2012), por sua vez, aponta que os veículos públicos devem atender a características mínimas como, por exemplo, a disponibilidade geral em termos geográficos; a atenção à cultura nacional e ao noticiário local; a independência de interesses do Estado ou comerciais e a imparcialidade da programação. Por meio da observância de tais diretrizes a radiodifusão pública pode auxiliar no fortalecimento da cidadania, pois é por “terem disponível um leque de pontos de vista que os indivíduos podem exercitar a plena cidadania, escolhendo entre perspectivas concorrentes, à medida que se engajam no processo de tomada de decisões públicas” (MENDEL, 2012, p. 11).

As diretrizes apresentadas pelo autor devem ser observadas também pelos setores responsáveis pelo conteúdo jornalístico. A programação telejornalística das emissoras públicas deve ser equilibrada e imparcial, de maneira a garantir que o público receberá informações politicamente equilibradas (MENDEL, 2012, p. 17).

### **3. Indicadores de Qualidade do Telejornalismo da Televisão Universitária**

Tomando como exemplo o modelo proposto por Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012) para as emissoras públicas, deve-se analisar as televisões universitária como emissoras que se destinam a formar e informar o cidadão, em nome de valores democráticos, baseados nos direitos humanos e com financiamento público, e que por isso, devem

prestar contas. Dessa maneira, precisam de indicadores, pois só eles “podem objetivar a prestação de contas, apontando se houve melhora ou piora, com bases racionais de comparação, no desempenho dos serviços prestados e na gestão” (BUCCI, CHIARETTI, FIORINI, 2012, p. 11). Por conseguinte, foram elencados os seguintes indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária:

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

**Tabela 1: Indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária**

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

Fonte: MAIA, 2021.

---

Para cada indicador devem ser respondidas questões a partir da avaliação do conteúdo telejornalístico. Assim será possível apontar se a produção se aproxima ou se afasta do que é esperado das emissoras universitárias. Foram elencadas abaixo questões iniciais referentes a cada indicador.

#### **- Universalidade**

Os programas telejornalísticos são exibidos em plataformas gratuitas, como a TV aberta? As edições dos telejornais são disponibilizadas na íntegra em plataformas de compartilhamento virtual de conteúdo?

Há interpretação ou tradução para Libras?

Há audiodescrição?

#### **- Diversidade**

Os diversos pontos de vista estão representados nos debates de ideias?

O jornalismo evita a subjetividade e é independente?

A escolha dos temas a serem tratados demonstram preocupação com a valorização dos direitos humanos e da liberdade de expressão?

As informações refletem a diversidade de identidades étnicas, religiosas, etárias, de orientação sexual etc., que estão presentes na sociedade?

Há a participação de fontes que refletem essa diversidade?

A escolha de apresentadores e repórteres reflete essa diversidade?

#### **- Estilo Cidadão**

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

A linguagem utilizada é de fácil compreensão?

As informações são repassadas de maneira aprofundada e explicativa?

O conteúdo telejornalístico é complementado com contextualização dos fatos retratados?

Há espaço para utilidade pública?

#### **- Atitude Inovadora**

A linguagem dos programas é original ou repete padrões conhecidos?

---

A estética dos programas, como vinheta de abertura e cenário, é original ou repete padrões conhecidos?

O tempo dado às informações repassadas segue a lógica da agilidade do telejornalismo tradicional?

Há espaço para novos formatos?

São usados recursos inovadores que auxiliem a compreensão das informações?

#### **- Inclusão**

As comunidades que a sustentam as emissoras são também protagonistas dos conteúdos veiculados por ela?

Os espectadores são estimulados a participar?

Existem formas de interação do público nos noticiários?

Os cidadãos podem participar também da produção de conteúdo?

Há mecanismos de participação da comunidade da gestão do telejornalismo?

#### **4. Análise e Leitura Críticas das Narrativas Jornalísticas Audiovisuais da Televisão Universitária**

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

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

que não extrairemos representações acabadas, mas possibilidades de significação” (BECKER, 2012, p. 238).

A elaboração do método também se baseia em outras três contribuições teóricas: a Semiologia dos Discursos Sociais, a Economia Política do Significante e a Heterogeneidade Enunciativa.

O primeiro postulado consiste numa rede infinita de remissivas de representações na mente dos indivíduos. Cada significante remete para outro(s) significante(s) nunca atingindo um sentido estável, definitivo. Baseia-se numa dupla suposição, todo fenômeno social é um processo de produção de sentido e todo produto de cultura pode ser visto como um discurso. O segundo postulado parte do ensinamento da Antropologia e considera que os fenômenos culturais funcionam sob uma lógica de mercado, ou seja, a lógica da produção, circulação e consumo. [...] Ressalta, ainda que o sentido de um objeto significante depende das suas condições de produção e contexto, e que qualquer diferença nas condições de produção de dois discursos resulta em diferenças de sentido e em traços detectáveis em um e no outro. Assim, a análise semiológica requer, como método, a comparação. O terceiro postulado, da Heterogeneidade Enunciativa, também colabora para a compreensão dos fenômenos da comunicação relativizando o poder da mídia frente à hegemonia do receptor, ao propor que todo o discurso é composto por inúmeras vozes, cuja consciência e controle o enunciador só detém parcialmente (BECKER, 2012, p. 240).

A primeira etapa do método é a descrição do objeto, seguida da análise televisual propriamente dita, a qual é constituída por análises quantitativa e qualitativa. A etapa quantitativa consiste na aplicação de seis categorias básicas: estrutura do texto, temática, enunciadores, visualidade, som e edição (BECKER, 2012, p.243).

1. A estrutura do texto corresponde a elementos que caracterizam o modo como o produto audiovisual se apresenta: estilo de narração, organização de formatos e conteúdo, divisão em blocos, duração.
2. A temática ou editorialização revela os conteúdos e os temas privilegiados em um produto audiovisual, que permite identificar as editorias que mais se destacam no estudo de um telejornal.
3. Os enunciadores oferecem a possibilidade de identificar os atores sociais que participam da narrativa, observando as diferentes vozes presentes e ausentes nos relatos, assim como a forma dos âncoras e dos repórteres apresentarem o texto e o modo como é realizada a construção da credibilidade desses profissionais.
4. A visualidade permite considerar a maneira como são constituídos os cenários, os figurinos e os recursos gráficos e multimídia.

5. O som indica como os elementos sonoros, palavras, ruídos e trilha sonora estão relacionados aos elementos visuais e participam da construção da narrativa e dos sentidos do texto.
6. A edição desvela processos de montagem e permite compreender as principais características das narrativas jornalísticas audiovisuais e como as combinações entre o texto e a imagem produzem sentidos (BECKER, 2012, p.243).

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

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

Ao chegar na etapa qualitativa, a presente pesquisa vai aliar ao método de Becker (2012) os indicadores de qualidade do telejornalismo da televisão universitária, elencados na seção anterior. Cada uma das três categorias de análise da etapa qualitativa será aliada aos cinco indicadores de qualidade: Universalidade, Diversidade, Estilo Cidadão, Atitude Inovadora e Inclusão, de maneira apontar em que medida as produções das televisões universitárias brasileiras escolhidas como objetos de análise da pesquisa de doutorado se aproximam ou se afastam deles.

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

**Tabela 2: Análise e Leitura Críticas das Narrativas Jornalísticas Audiovisuais Aliada aos Indicadores do Telejornalismo das Televisões Universitárias**

Etapa Quantitativa		
Categorias	Aplicação	
Estrutura do texto	Estilo de narração, organização de formatos e conteúdo, divisão em blocos, duração.	
Temática	Conteúdos e temas privilegiados em um produto audiovisual.	
Enunciadores	Atores sociais que participam da narrativa.	
Visualidade	Cenários, figurinos e recursos gráficos e multimídia.	
Som	Elementos sonoros, palavras, ruídos e trilha sonora.	
Edição	Montagem e combinações entre o texto e a imagem.	
Qualitativa		
Categorias	Aplicação	Relação com Indicadores de Qualidade
Fragmentação	Tempo de cada unidade informativa.	Observar se a fragmentação do conteúdo pode interferir na compreensão da informação.
Dramatização	Estrutura narrativa.	Analisar se essa estrutura garante a compreensão da informação e se aponta para a inovação estilística ou imagética.
Definição de Identidades e Valores	Marcas enunciativas da narrativa audiovisual e valores atribuídos aos fatos noticiados.	Observar se os temas mais caros aos programas jornalísticos estão voltados à acessibilidade, ao respeito a diversidade e à inclusão do cidadão na produção do conteúdo noticioso.

Fonte: BECKER, 2012; MAIA, 2021.

A partir de junção desse método com os indicadores do telejornalismo da televisão universitária criados anteriormente, será possível conhecer, compreender e interpretar os sentidos das obras audiovisuais elaborados pela produção, os quais circulam, são apreendidos e reconfigurados pela recepção. Quando o *corpus* for formado por mais de um objeto de estudo de gêneros discursivos iguais ou semelhantes, poderá ser utilizada ainda uma análise comparativa, como no caso do estudo de mais de um programa telejornalístico, mote central do trabalho que se desenvolve.

Essa metodologia parece o mais apropriado para a pesquisa a que se propõe esse trabalho, pois pode apontar para “novas formas de interpretação e de apropriação dos meios e das linguagens, contribuindo assim para a promoção da diversidade de representações, a pluralidade de expressões e a democratização dos meios” (BECKER, 2012, p. 241).

---

## Considerações finais

Por meio dos indicadores elaborados a partir de diferentes interpretações da radiodifusão pública (UNESCO, 2001; CIFUENTES, 2002; MENDEL, 2012) e do conceito de telejornalismo de interesse comum (COUTINHO, 2013) será possível analisar se o subcampo da televisão universitária é capaz de atender aos postulados do Campo Público de Televisão no Brasil, do qual faz parte. Da mesma forma, será possível avaliar se a produção jornalística de uma emissora ligada a INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR é capaz de oferecer conteúdo complementar ao que é produzido pelos sistemas comercial e estatal e de que maneira essa produção sobre influências de diferentes campos.

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

## Referências bibliográficas

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

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

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

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

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

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

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

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. **TV Universitária**: você já viu uma. In: *Le Monde Diplomatique* Edição 20, Brasil, 2009.

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

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

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

PEIXOTO, Fabiana; PRIOLLI, Gabriel (Orgs.). **A Televisão Universitária no Brasil**: os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe. São Paulo: UNESCO, 2004.

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

SANTOS, Carlos Roberto Praxedes dos. **A TV Pública não Pública**: as televisões não comerciais no Brasil. Jundiaí: Paco Editora, 2019.

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

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

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