



Universidade de Brasília - UnB  
Faculdade de Comunicação - FAC  
Departamento de Jornalismo – JOR

**Projeto Experimental em Comunicação**  
Memória da Pesquisa

***Agentevê: uma proposta de  
programa de ouvidoria para a UnBTV***

Jairo Faria Guedes Coelho  
05/84665

Orientador: Prof. Dr. Fernando O. Paulino  
Co-orientação: Juliana Soares Mendes

**Brasília  
2º/2009**

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente a toda minha família, principalmente pai, mãe, irmãos e irmãs, que sempre me apoiam em toda e qualquer atividade que eu realize e depositam em mim a confiança necessária para que eu possa cumpri-las. Ao professor, orientador e amigo Fernando O. Paulino, que com sua alegria faz que o trabalho seja realizado de maneira eficaz, mas sentido muito menos como uma obrigação e mais como uma prazerosa atividade de recreação. A todas e todos integrantes dos projetos Comunicação Comunitária, SOS Imprensa e da Ralacoco, na pessoa de Juliana Mendes, amiga e conselheira nos momentos mais fundamentais. A toda a equipe da UnBTV, principalmente a Artur Brandt, Wellington Almeida e Cled Pereira, pelas imagens do produto, Luiz Mir, pela ajuda na arte e na identidade visual do programa e pelos conselhos essenciais, e Neuza Meller e Armando Bulcão pelo apoio e confiança na realização do produto. Aos professores Laurindo Leal Filho e Jairo Faria Mendes, pela pronta disponibilidade e ajuda imediata quando necessitei. Ao grupo vocal performático Laugi, por funcionar como válvula de escape às preocupações com o Projeto Final. Aos professores, professoras, funcionários e funcionárias, alunos e alunas da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, importante espaço de experimentação e aprendizado que me fez crescer como profissional e pessoa. Aos professores e professoras, funcionários e funcionárias, alunos e alunas dos *campi* de Planaltina, Ceilândia, Gama e Darcy Ribeiro, além de toda a comunidade ligada direta ou indiretamente à Universidade, representados pelas pessoas entrevistadas no vídeo que compõe este produto, por fazerem da UnB uma comunidade aberta e unida que se mobiliza. A todos e todas que contribuíram direta ou indiretamente na realização deste trabalho.

Sem o apoio e companheirismo dessas pessoas este trabalho não poderia ser concluído.

## **Sumário**

<b>Resumo .....</b>	<b>4</b>
Palavras-Chave .....	4
<b>1 Introdução .....</b>	<b>5</b>
<b>2 Problema de Pesquisa .....</b>	<b>7</b>
<b>3 Justificativa .....</b>	<b>10</b>
<b>4 Objetivos .....</b>	<b>12</b>
<b>5 Referencial Teórico .....</b>	<b>13</b>
5.1 Ouvidoria .....	13
5.2 Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia – MARS .....	16
5.3 Ouvidoria na Mídia .....	19
5.4 Outras Experiências .....	23
5.5 UnBTV .....	27
<b>6 Metodologia .....</b>	<b>32</b>
<b>7 Conclusões .....</b>	<b>35</b>
<b>8 Referência Bibliográfica .....</b>	<b>38</b>
8.1 Livros .....	38
8.2 Artigos .....	38
8.3 Páginas <i>web</i> .....	39
8.4 Legislação .....	40
8.5 Trabalhos Acadêmicos .....	40
<b>9 Anexos .....</b>	<b>42</b>
9.1 Cronograma de Atividades .....	42
9.2 Roteiro do vídeo-piloto .....	42

## **Resumo**

Este produto tem como objeto produzir um vídeo-piloto de um programa de tevê de ouvidoria para a UnBTV. Além disso, elaborar um roteiro modelo para que o programa possa ter continuidade na emissora. O programa *Agentevê* é criado no intuito de contribuir para a abertura de um espaço de participação da sociedade na programação e na construção da UnBTV, apresentando-se como importante mecanismo para assegurar a responsabilidade social do canal. O projeto também sugere a criação de uma estrutura de ouvidoria para a UnBTV composta de um Conselho de Telespectadores e um ouvidor que receba críticas e sugestões dos telespectadores e atue na produção do programa *Agentevê*.

## **Palavras-Chave**

TV Universitária; Comunidade; Ouvidoria; Programa de tevê; MARS; Responsabilidade Social.

## 1 Introdução

A proposta do programa *Agentevê* é inserir uma reflexão sobre a forma de fazer comunicação dentro da UnBTV. Para esse debate, toma como laboratório o canal universitário do Distrito Federal (Canal 6 da NET; [www.cpce.unb.br/unbtv](http://www.cpce.unb.br/unbtv)), analisando temas levantados por meio de críticas da comunidade sobre a programação da emissora.

O objetivo principal do programa é agir como ferramenta de ouvidoria para a UnBTV, garantindo um canal de mediação entre o público que a assiste e as pessoas que trabalham na produção diária da TV. Além disso, o programa surge no intuito de fortalecer a participação, na UnBTV, da comunidade ligada direta ou indiretamente à Universidade de Brasília (UnB) e gerar reflexão a partir do debate de temas ligados à programação do canal universitário.

O programa se apresenta como um mecanismo de autorregulação (BERTRAND, 2002) da UnBTV e tem como proposta contribuir no incentivo à responsabilidade social na TV Universitária brasileira, bem como nos outros veículos de comunicação.

O vídeo-piloto *Agentevê* possui um apresentador que faz a mediação entre as questões levantadas pelos telespectadores e o trabalho realizado na emissora. Para isso, apresenta entrevistas e analisa casos relativos à programação do canal. Cada edição do programa tratará de um tema específico, preferentemente sugerido pelos telespectadores da tevê.

É proposta deste trabalho estimular a criação de um Conselho de Telespectadores da UnBTV, constituído por representantes do público que assiste à emissora. O Conselho seria responsável pela análise da programação e pela proposição de temas para o programa.

O projeto também propõe a instituição de um ouvidor para a UnBTV, responsável por transformar as sugestões e análises do Conselho de Telespectadores em edições do programa *Agentevê*. Assim, o conselho também teria a tarefa de subsidiar o ouvidor em suas análises. O ouvidor também se responsabilizaria por receber manifestações

(críticas, elogios e sugestões) advindas dos diversos telespectadores – por meio de correio eletrônico criado para tal fim ([agenteve.unbtv@gmail.com](mailto:agenteve.unbtv@gmail.com)) e outros canais de comunicação que podem vir a ser estabelecidos para esse propósito – e fazer a mediação entre as pessoas que assistem ao canal e a redação da emissora.

Foram fomentadoras deste trabalho atividades realizadas: no âmbito dos Projetos de Extensão de Ação Contínua da UnB SOS Imprensa ([www.unb.br/fac/sos](http://www.unb.br/fac/sos)) e Comunicação Comunitária ([www.unb.br/fac/comcom](http://www.unb.br/fac/comcom)), desde 2005; na UnBTV, desde 2008 e; na coluna de ombudsman do jornal-laboratório Campus, da UnB, no período de agosto a dezembro de 2008.

Este projeto gera um produto constituído de: 1) um vídeo piloto do programa *Agente Vê*, ferramenta de ouvidoria para a UnBTV e; 2) um roteiro modelo para a continuidade de produção do programa.

## 2 Problema da Pesquisa

Desde 2005, quando iniciou seus estudos na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, o pesquisador tem contato com temas ligados à responsabilidade social da mídia.

Sua primeira experiência com a extensão na Universidade se deu no âmbito do Projeto SOS Imprensa<sup>1</sup> onde questões importantes de crítica de mídia influenciaram seu modo de dirigir seus estudos nos quatro anos de graduação. A partir do projeto, também teve a oportunidade de trabalhar com televisão desde o seu segundo semestre de faculdade, produzindo o programa *SOS Imprensa* na TV Cidade Livre ([www.tvcomunitariadf.com.br](http://www.tvcomunitariadf.com.br)), canal comunitário do Distrito Federal.

A partir de 2006, teve contato com a Rádio Ralacoco<sup>2</sup> e o Projeto Comunicação Comunitária<sup>3</sup>, onde pode experimentar e refletir sobre as diferentes formas de se fazer comunicação, por meio de um contato direto com comunidades distintas daquelas com as quais costumava conviver.

No segundo semestre de 2008, o pesquisador teve a oportunidade de trabalhar mais de perto com o tema da responsabilidade social da mídia, sendo convidado a

---

<sup>1</sup> O Projeto SOS Imprensa da Universidade de Brasília surgiu em 1996, como Projeto de Iniciação Científica, com o objetivo de verificar casos de calúnia, injúria e difamação na mídia. Com uma maior aproximação com a comunidade, a partir de 2000, a iniciativa se transformou em Projeto de Extensão de Ação Contínua e passou a atender vítimas de erros e abusos da mídia por meio do “disque-imprensa”. Em 2006, o projeto inaugurou o programa de crítica da mídia *SOS Imprensa*, na TV Cidade Livre. Hoje, conta com a participação de mais de 20 estudantes que produzem artigos, um periódico impresso (SOS Impresso), um programa televisivo na UnBTV e alimentam a página *web* ([www.unb.br/fac/sos](http://www.unb.br/fac/sos)) do projeto.

<sup>2</sup> A Rádio Ralacoco iniciou suas atividades no contexto de uma greve de professores e servidores da Universidade de Brasília, em agosto de 2001. À época, docentes, funcionários e estudantes da UnB formaram a rádio para debater e informar assuntos relativos à greve. Com o fim da paralização, os membros da rádio se mobilizaram para que ela virasse uma rádio comunitária da universidade, mas não conseguiram uma concessão para o funcionamento. Em 2002, criou-se a disciplina Comunicação Comunitária, na Faculdade de Comunicação, como meio de institucionalizar a rádio, servindo de meio de experimentação para estudantes universitários e para a comunidade em geral. Atualmente, a rádio livre com princípios comunitários funciona no sítio [www.ralacoco.dissonante.org](http://www.ralacoco.dissonante.org).

<sup>3</sup> A disciplina Comunicação Comunitária surgiu em 2002 a partir de uma tentativa de institucionalização da Rádio Ralacoco. Desde então, realiza suas atividades por meio de parcerias com organizações de Brasília e de cidades do entorno do Distrito Federal. Já atuou em várias comunidades, como Asa Norte, Varjão e Ceilândia, desenvolvendo projetos de mobilização social envolvendo membros da comunidade e os estudantes matriculados na disciplina. Em 2006 se tornou Projeto de Extensão de Ação Contínua da UnB e a partir de 2007 passou a atuar de forma mais próxima a Planaltina, com a construção do *campus* da UnB nessa localidade. Realiza, desde então, projetos em parceria com importantes organizações da comunidade, como a rádio comunitária Utopia FM ([www.utopia.dissonante.org](http://www.utopia.dissonante.org)) e o Centro de Integração Esporte e Cultura – CIEC ([www.ciecdf.org](http://www.ciecdf.org)).

escrever para a coluna de *ombudsman* do jornal-laboratório Campus<sup>4</sup>. A experiência possibilitou que o estudante acreditasse ainda mais na importância de meios para regular e debater a imprensa.

Sempre foi um telespectador assíduo da UnBTV, acompanhando toda a sua trajetória como emissora universitária, e em 2008 teve a oportunidade de conhecer mais de perto as atividades do canal e contribuir para a sua construção, quando foi chamado para trabalhar como estagiário bolsista na emissora.

A ideia de criar um espaço de ouvidoria na UnBTV sempre foi um pensamento fixo na cabeça do pesquisador, que vê nessa ferramenta uma possibilidade para que outras pessoas tenham oportunidades parecidas com a que teve como telespectador e ator na construção do canal universitário.

A partir daí surgem reflexões importantes como “o que a UnBTV pode fazer para se aproximar mais da comunidade ligada à UnB?” e “por que inserir a opinião da comunidade na programação da emissora?”. Essas questões motivaram o pesquisador a estudar mais sobre o assunto e tentar criar formas de aproximar a UnBTV da comunidade.

Com esses questionamentos e percebendo por um lado limitações na estrutura da UnBTV, como uma tevê mantida por uma universidade pública brasileira, e por outro liberdade de experimentação possibilitada pela característica laboratorial da emissora, foi despertada a inquietação de realizar algum produto que pudesse contribuir para a maior participação da comunidade da UnB no canal.

Daí, surgem questões importantes para o desenvolvimento do projeto como “que formato deve ter um programa de ouvidoria para a UnBTV?”. Além disso, existem alguns desafios principais: 1) estruturar um programa que cumpra seu papel de inserir o debate sobre a forma de fazer comunicação na programação da UnBTV; 2)

---

<sup>4</sup> O jornal-laboratório Campus existe há 39 anos na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília. A disciplina é parte do currículo obrigatório dos estudantes de Jornalismo da instituição. Sua linha editorial, bem como seu projeto gráfico, é reformulada a cada semestre, com a vinda de uma nova equipe. A partir de 1998 o Campus implantou uma coluna de *ombudsman* e atualmente possui um conselho de leitores com representantes de diversos setores da universidade, que se reúne após a publicação de cada edição para debater seu conteúdo.



### 3 Justificativa

O trabalho se justifica por estabelecer parâmetros que incentivem a criação de um programa de ouvidoria para a UnBTV. Isso permite que seja estabelecida uma relação de mediação entre a comunidade que a UnB envolve, direta ou indiretamente, e as pessoas que trabalham na produção diária da tevê.

A ideia do projeto surge de inquietações relativas ao papel do ouvidor na mídia. Com base em outras experiências, o programa *Agentevê* é criado no intuito de suprir uma demanda de maior aproximação da UnBTV com seus telespectadores e toda a comunidade da universidade.

Além disso, o trabalho visa incentivar outras experiências de ouvidoria na mídia, tendo em vista a escassa quantidade de *ombudsmans* na imprensa brasileira e “que o cargo poderia contribuir para trazer avanços éticos no comportamento da mídia”. (MENDES, 2002)

No Brasil não se tem notícia de emissoras de televisão produzindo programas que atuem como ferramenta de ouvidoria. Apesar disso, é possível citar iniciativas que atuam no sentido de criar tal mecanismo, como é o caso da TV Cultura, que possui um *ombudsman* atuante em sua página *web*, e a TV Brasil, que tem uma ouvidoria estabelecida que atualmente planeja a produção de um programa de tevê.

Além do fato de existirem poucas iniciativas desse tipo na televisão brasileira, o projeto contribui para o fortalecimento do canal universitário e se apresenta como um importante mecanismo para que a emissora tenha maior reconhecimento dentro e fora da Universidade de Brasília.

A estruturação de uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV se mostra como uma importante ferramenta de autorregulação (BERTRAND, 2002), que contribui para a maior participação da comunidade no canal universitário do Distrito Federal. Além disso, serve de base para o surgimento de novas ideias relativas à construção de uma maior participação da sociedade nos meios de comunicação brasileiros.

A consolidação de uma proposta de programa de ouvidoria para a UnBTV também é importante para inserir debates fundamentais ligados à maneira de fazer comunicação. Esse espaço de discussão pode funcionar tanto como um mecanismo de controle da sociedade sobre os conteúdos da emissora quanto como uma ferramenta de prestação de contas da UnBTV para a comunidade.

A sugestão de estruturação do Conselho de Telespectadores da UnBTV também aparece como importante contribuição deste trabalho para as atividades da emissora. Um conselho se apresenta como importante oportunidade de espaço para a construção de bases para a autorregulação da TV.

O trabalho também indica a criação da figura do ouvidor, mecanismo importante para servir de mediação entre a emissora e a sociedade. O cargo de ouvidor pode estimular o processo de prestação de contas de uma emissora, já que é responsável por organizar e atuar na produção das atividades de toda a ouvidoria.

## **4 Objetivos**

### **4.1 Objetivos gerais:**

- Produzir um vídeo-piloto de programa de ouvidoria para a UnBTV, bem como um roteiro modelo que permita sua continuidade;
- Propor a criação de um conselho de telespectadores para o canal universitário;
- Estimular a instituição da figura de um ouvidor que atue como mediador entre a emissora e a comunidade.

### **4.2 - Objetivos específicos:**

- Propor a criação de mecanismos de fomento para a participação da comunidade na UnBTV;
- Estimular a prática de responsabilidade social no canal universitário;
- Contribuir para a inserção de debates sobre a comunicação na programação da UnBTV;
- Disponibilizar ferramentas e mecanismos que estimulem a continuidade do programa na emissora;
- Fomentar a criação de um canal direto de comunicação entre a UnBTV e a sociedade;
- Servir de fonte para outras iniciativas, tais como a implantação de um conselho ouvidor para a UnB e para outros órgãos ligados à Universidade, por exemplo a Secretaria de Comunicação – Secom e a futura Rádio UnB;
- Incentivar o surgimento de outras experiências de programa de ouvidoria na televisão brasileira.

## 5 Referencial Teórico

### 5.1 Ouvidoria

A figura do ouvidor surgiu em 1809, na Suécia, com o nome de *ombudsman*. Era essa pessoa a responsável por “fiscalizar as aplicações das leis por parte dos funcionários públicos”. (BARRAVIERA, 2009: p. 3). Com o passar do tempo, a instituição do ouvidor se disseminou e, além de iniciativas existentes no âmbito da administração pública direta, empresas públicas e privadas começaram a utilizar a ouvidoria como forma de prestar contas a seus clientes e usuários.

Rita Segato traduziu, na proposta de criação de uma ouvidoria para a Universidade de Brasília, a definição padrão das Nações Unidas para o ouvidor.

“O ‘ombudsperson’ (mais conhecido como ‘ombudsman’), ou ouvidor, é um mediador independente – e, em alguns casos, um corpo colegiado – cujo papel principal é proteger os direitos do indivíduo que acredita ser vítima de atos injustos de parte da administração pública... atuando a partir de queixas contra abusos ou atos arbitrários por parte de funcionários ou agências do governo recebidas de pessoas agravadas... O cargo de ouvidor é um órgão independente para a proteção dos direitos humanos”<sup>5</sup>. (SEGATO, 2004: p. 75)

Complementando esse pensamento, Eclarice Barraviera entende o ouvidor como “agente ativo de mudanças, que muitas vezes, além de satisfazer o cidadão reclamante, contribui para melhorar e aprimorar os serviços prestados”. (BARRAVIERA, 2009: p. 7). Segundo a autora, o *ombudsman* é responsável por comunicar a conclusão de uma investigação tanto aos cidadãos quanto às autoridades ligadas diretamente ao caso.

A investigação mencionada por Barraviera pode ser entendida como uma mediação que se inicia com as denúncias, reclamações e sugestões dos cidadãos e é seguida pela apuração das mesmas junto às autoridades competentes. Após concluir as apurações, o papel do ouvidor é criar meios de comunicar tanto aos cidadãos quanto às autoridades sua opinião sobre a questão levantada.

---

<sup>5</sup> “...the ombudsperson (the term “ombudsman” is still used but is considered by some as sexist) is an independent mediator – and, in some cases, a collegiate body – whose primary role is to protect the rights of the individual who believes that he/she is the victim of unjust acts on the part of the public administration.” (SYMONIDES, 2001: pág. 311)

Para Luiz lasbeck, “ouvidor ou *ombudsman* constituem figuras representativas de uma instituição maior, que envolve muitas funções e complexas atividades que têm por objetivo garantir o livre fluxo da comunicação.” (IASBECK, 2007: p. 2). Essa visão de lasbeck traz uma perspectiva de uma comunicação exercida por todos e todas, como uma via de mão dupla. Também sustenta que o cargo de ouvidor exige muita responsabilidade e trabalho.

Um ouvidor pode atuar de diversas formas. Nos distintos países e órgãos, os *ombudsmans* costumam agir de maneira diferente, a partir de modelos estabelecidos. Essas divergências podem ser notadas pela própria maneira de nomear o cargo. Na França, por exemplo, o ouvidor é chamado de *Médiateur*, ou mediador; em Portugal, *Provedor*; nos países de língua espanhola, *Defensor*.

As diferentes estratégias utilizadas pelos ouvidores são chamadas Alternativas à Resolução de Disputas (ADR, do inglês *Alternative Dispute Resolution*). Segundo Elisabeth Marty, a mediação é uma dessas formas e as outras duas seriam a arbitragem e a negociação. Para a autora:

“A Mediação implica a presença de uma terceira parte imparcial que tem o papel de assistir as partes no intuito de chegar a um entendimento amigável. A Mediação facilita a pesquisa por uma solução para o problema das partes em desacordo. No contexto do *Ombudsman*, ele/ela age como uma terceira parte imparcial [...]”<sup>6</sup>(MARTY, 1999)

Para alguns, a ouvidoria deve funcionar como um mecanismo de mediação. Nesse sentido, a cartilha de orientações para a criação de unidades de ouvidoria, produzida pela Controladoria-Geral da União (CGU) no contexto do *I Fórum Internacional de Ouvidorias / Ombudsman / Defensores del Pueblo / Provedores de Justiça / Médiateur de la République*, ocorrido em Brasília entre os dias 10 e 12 de novembro de 2009, indica, em seu texto de apresentação, que “a ouvidoria não é apenas um canal entre o cidadão e a administração pública. Ela é, antes de tudo, uma mediadora eficaz na busca de conflitos extrajudiciais” (CGU,2009: p. 2).

---

<sup>6</sup> «La Mediación implique la présence d’une tierce partie impartiale qui a le rôle d’assister les parties en vue d’un arrangement à l’amiable. Le Médiateur facilite la recherche d’une solution au problème des parties en litige. Dans le contexte de L’Ombudsman, il/elle agit comme une tierce partie impartiale [...]»

Em uma linha de pensamento distinta, Michael Mills, *ombudsman* da cidade de Portland, no Oregon, Estados Unidos, acredita que o ouvidor não deve atuar como mediador. Segundo o americano, “a pessoa com essa característica [mediadora] tem a meta de satisfazer as partes envolvidas no conflito.”<sup>7</sup>. De acordo com Mills, a intenção do *ombudsman* não deve ser agradar uma parte ou outra, mas sim ser justo com ambas.

No Brasil, as ouvidorias existem desde o período colonial, sendo estabelecidas como práticas defensoras dos interesses da Coroa portuguesa. A instituição dessa ferramenta no poder público foi fortalecida apenas a partir dos anos 1980, após a abertura democrática do país. Nesse período, foi implantada sua primeira ouvidoria pública municipal, em Curitiba.

A partir de então, empresas públicas, privadas, bem como organizações não-governamentais começaram a instituir ouvidorias com o objetivo de estabelecer maior transparência na relação com o público. Essas instituições iniciam a implementação de tais estruturas a partir de iniciativas garantidas por lei ou voluntariamente.

Nesse sentido, são estabelecidos decretos e leis que garantem a criação de órgãos de ouvidoria em todo o país, como é o exemplo da promulgação da Lei nº 8.490, de 1992, que cria a Ouvidoria- Geral da República. Por outro lado, iniciativas voluntárias são implantadas, como é o caso da Ouvidoria na Associação Brasileira da Indústria de Café (ABIC).

No caso da ABIC, vale relatar um interessante recurso utilizado pela associação para divulgar as análises de sua ouvidoria. Com o objetivo de debater questões ligadas ao café a partir de reportagens divulgadas na mídia sobre o tema, a entidade criou o programa de tevê *Ombudsman do Café*, dentro do projeto Café e Saúde, coordenado pelo Dr. Darcy Roberto Lima. Os vídeos do programa são

---

<sup>7</sup> Trecho retirado de matéria sobre o publicada no blog *A Ouvidoria vai Falar* (<http://blog.ig.com.br/aouvidoriavaifalar/>), da Ouvidoria-Geral da União, Eliana Pinto, às 14h40 do dia 18 de novembro de 2009.

disponibilizados pela internet por meio da página web da associação ([www.abic.com.br](http://www.abic.com.br)).

A Universidade de Brasília também pretende recriar uma ouvidoria. A universidade implantou um órgão desse tipo em 1993, na gestão do reitor João Cláudio Todorov. No entanto, o foi extinto em 1997, quando assumiu o reitor Lauro Morhy. Atualmente a instituição não possui ouvidoria, apesar de haver experiências desse tipo em unidades da universidade, como é o caso da Ouvidoria do Hospital Universitário de Brasília (HUB).

Apesar de não haver no Brasil legislação que obrigue a instituição de uma estrutura de ouvidoria, tramita na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei nº 342/2007, do Deputado Sérgio Barradas Carneiro, que propõe a regulamentação da atividade em empresas públicas e privadas.

## **5.2 Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia – MARS**

Segundo Jean Bertrand, MARS, Meios de Assegurar a Responsabilidade Social da Mídia, são mecanismos criados “com vista a ajudarem a respeitar a deontologia, manter a confiança do público, defender a respectiva liberdade contra as ameaças dos poderes constituídos e do mercado” (BERTRAND, 1997: p. 16).

Inúmeros países utilizam diversas ferramentas para estimular a prestação de contas. Essas ferramentas vão desde a contratação de profissionais que atuem na área de *accountability*<sup>8</sup>, por iniciativa das próprias empresas de comunicação, até a criação de órgãos reguladores, por ação do Estado, que fiscalizem a responsabilidade social da mídia sem restringir o direito de liberdade de expressão. Em geral, essas iniciativas são criadas no intuito de estimular a participação da sociedade nos meios de comunicação e evitar que esta seja feita de maneira arbitrária e manipulada.

Na Colômbia, um meio de regulação importante é a Lei nº 335, de 1996, que estabelece que cada emissora privada de televisão dedique no mínimo 5% de sua

---

<sup>8</sup> O termo *accountability* pode ser traduzido como responsabilização (MELO, 2007) e se refere à prática de prestação de contas por parte de pessoas ou instituições que exercem papel representativo na sociedade.

programação a questões de interesse público e social, sendo que “um desses espaços se destinará à Ouvidoria do Telespectador”<sup>9</sup> (COLOMBIA, 1996).

Nesse país, foi criado também, por meio da lei nº 182, de 1995, a *Comisión Nacional de Televisión*, órgão de pessoa jurídica e direito público que tem a finalidade de planejar, dirigir e desenvolver políticas para a televisão colombiana. Além disso, é o organismo responsável por regular o serviço e gerenciar o uso do espectro eletromagnético naquele país. Outra função importante da Comissão é fiscalizar e garantir que sejam cumpridos os direitos dos telespectadores nos canais de tevê colombianos.

No continente europeu, a partir dos anos 1980, tornou-se comum a criação de órgãos reguladores como forma de normatizar a atividade da imprensa. Para cumprirem seu papel, as instituições devem funcionar de maneira independente e atuar nas diversas instâncias da regulação: regulamentação, controle, decisões individuais e sanções. (CARVALHO; CARDOSO; FIGUEIREDO, 2005, p. 266).

No Brasil, um órgão desse tipo atuou entre 2002 e 2006. Apesar de prevista na constituição desde 1988 (Lei 8.389 de 30/12/1991), a criação do Conselho de Comunicação Social (CCS) brasileiro deu-se em 25 de junho de 2002. As atividades do Conselho duraram até dezembro de 2006 e a partir de então a falta de nomeação de novos membros e a pressão por parte da mídia comercial fizeram que o CCS deixasse de atuar.

Atualmente no país existem algumas iniciativas específicas que garantem mecanismos de regulação da mídia. Um exemplo é a instituição, por meio da Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008, da figura da ouvidoria na Empresa Brasil de Comunicação (EBC).

Segundo o texto dessa legislação, em seu artigo 20, compete ao ouvidor, nomeado pelo Diretor-Presidente da EBC, “exercer crítica interna da programação por ela [EBC] produzida ou veiculada, com respeito à observância dos princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública”. Além disso, é estabelecido que o ocupante do

---

<sup>9</sup> “Uno de estos espacios se destinará a la Defensoría del Televidente” (COLOMBIA, 1996)



cargo deve “examinar e opinar sobre as queixas e reclamações de telespectadores e rádio-ouvintes referentes à programação”.

No tocante às atividades que o ouvidor da EBC deve desenvolver, a lei estabelece que o funcionário deve produzir boletins diários sobre as críticas recebidas, além de relatórios bimestrais sobre a atuação da empresa. Ademais, o texto garante um espaço mínimo de 15 minutos na programação semanal dos veículos da empresa, entre 6 horas da manhã e meia-noite, para a divulgação pública das análises do ouvidor.

O professor Laurindo Leal Filho ocupa o cargo de Ouvidor da EBC. A estrutura da ouvidoria também compreende a nomeação de ouvidores-adjuntos, que auxiliam o Ouvidor-Geral na análise de críticas relativas a cada meio de atuação da empresa. Os ouvidores-adjuntos da EBC são: Paulo Sérgio Machado, na Agência Brasil; Maria Luiza Franco Busse, pela TV Brasil e; Fernando Oliveira Paulino, que analisa as emissoras de rádio.

Para divulgar as atividades da Ouvidoria no que se refere às oito emissoras de rádio da EBC, em fevereiro deste ano foi criado o programa *Rádio em Debate*, transmitido às sextas-feiras, com reprise aos sábados. O programa analisa as manifestações dos ouvintes além de estimular o debate sobre temas relativos à comunicação pública. A EBC também prevê a produção de um programa de ouvidoria para a TV Brasil.

Apesar de iniciativas específicas de regulação da mídia e como, atualmente, no Brasil não existe nenhum órgão regulador autônomo dos meios de comunicação<sup>10</sup>, iniciativas particulares e alternativas podem estimular mecanismos para fortalecer a participação dos cidadãos e cidadãs nos veículos de comunicação. Uma forma de autorregulação utilizada, ainda que de forma não muito difundida, pela imprensa brasileira é a instituição de *ombudsmans* em jornais e emissoras de rádio e TV.

---

<sup>10</sup> O Ministério das Comunicações não possui estrutura suficiente para fazer um acompanhamento do conteúdo veiculado pelas emissoras de rádio e tevê.

### 5.3 Ouvidoria na mídia

A ouvidoria na mídia é um dos MARS mais utilizados no mundo. Esse mecanismo pode ser estabelecido de várias maneiras, seja por regulação, por meio da promulgação de leis e decretos, pela autorregulação, consequência de iniciativas voluntária das entidades, ou por correção, quando há a soma de ações estabelecidas pelo Estado com atividades realizadas de forma alternativa e voluntária pelos organismos.

A ouvidoria pode ter uma estrutura bem simples, caracterizada pela figura de um funcionário que atua como ouvidor, ou mais complexa, formada por conselhos e ferramentas que auxiliam e complementam o trabalho do ouvidor.

De acordo com o autor do livro “O *Ombudsman* e o Leitor”, Jairo Faria Mendes, a importância da instituição do *ombudsman* na mídia se torna mais evidente num momento de grande concentração da informação:

“Neste momento, em que rapidamente está aumentando a concentração dos meios de comunicação no Brasil e no mundo, e que se desenvolvem novas tecnologias de informação, mais importante se torna a criação de mecanismos de fiscalização e democratização da mídia que sejam compatíveis com o dinamismo e a complexidade do processo comunicativo mediático. O *ombudsman* pode ser uma boa opção para isso”. (MENDES, 2002: p. 14)

Mendes também afirma que o cargo de *ombudsman* é um atraente objeto por sua característica “atípica”, já que é um profissional contratado por um veículo de comunicação para fazer crítica ao próprio veículo. Para ele, a implementação de *ombudsmans* na mídia é “a crítica da mídia na própria mídia” (MENDES, 2002: p. 14).

Complementando esse raciocínio, Fernando Oliveira Paulino acredita que na mídia o *ombudsman* “suruiu como forma de promover a deontologia jornalística nas instituições de comunicação”. (PAULINO, 2008: p. 109). Segundo o autor, esse tipo de mecanismo faz que um senso de responsabilidade ética e social do jornalismo seja implantado nos meios de comunicação.

As ferramentas de ouvidoria se assemelham às de crítica da mídia. Em geral, *ombudsmans* de imprensa utilizam mecanismos de crítica da mídia para embasar suas análises. É o caso do primeiro *ombudsman* de imprensa brasileiro, Caio Túlio Costa, que afirma ter lido a coluna de *media criticism* dos anos 70 *Jornal dos Jornais* antes de assumir a função na Folha de S. Paulo.

Há, porém, uma diferença fundamental entre as colunas de *ombudsman* e as de crítica da mídia. Segundo Faria Mendes, as últimas diferem das primeiras por não focarem suas críticas ao veículo para qual trabalham e o crítico da mídia “não é um ouvidor, por isso ele não apresentará citações de manifestações dos leitores” (MENDES, 2002: p. 26).

Há divergências sobre o país pioneiro na implantação do *ombudsman* na imprensa. Alguns consideram que os Estados Unidos foram os fundadores do cargo em seus jornais, em 1967. Outros acreditam que publicações similares à coluna de *ombudsman* implantadas em jornais japoneses em 1922 foram as primeiras iniciativas na imprensa mundial. De qualquer maneira, as experiências se espalharam por todo o mundo e sabe-se que a maioria delas são realizadas em jornais.

Segundo Jairo Faria Mendes, “os jornais japoneses são os que mais adotam *ombudsmen* no mundo”. (MENDES, 2002: p. 33). De acordo com levantamento do autor, os periódicos do país possuem, em média, oito *ombudsmans* por redação. Isso acontece porque a forma japonesa de organização dos cargos é diferente. Os jornais do país trabalham com equipes de pessoas que analisam as notícias e emitem pareceres.

De acordo com Takeshi Maezawa, porém, o país possui uma imprensa pouco democrática. Para ele, os meios de comunicação japoneses “não têm grandes preocupações com a liberdade de imprensa e com seu papel de fiscalizar o poder público”. (MAEZAWA, *abud* MENDES, 2002: p. 33)

No continente latino-americano a implementação de cargos de *ombudsman* ainda não é uma iniciativa muito popular entre os meios de comunicação. Apesar disso, há registro de experiências principalmente na Colômbia, na Argentina, e na Venezuela.

Apesar de na América Latina em geral serem os jornais impressos os principais veículos a utilizarem a ferramenta de ouvidoria, a Colômbia possui uma particularidade. O país foi o primeiro da América Latina a criar, por lei, a figura do ouvidor dos telespectadores. Por esse motivo todas as emissoras privadas de tevê colombianas devem possuir um programa de ouvidoria.

No Brasil, poucos veículos de mídia adotam a ouvidoria como mecanismo de autorregulação. Na sua maioria, os jornais impressos são os meios de comunicação que adotam esse tipo de ferramenta.

O jornal Folha de S. Paulo foi o primeiro a implementar efetivamente a função em sua redação, em 1989. Desde então alguns outros veículos passaram a adotar também tal política, como é o caso do diário O Povo, no Ceará, que implantou o cargo em 1994 e até hoje funciona como ferramenta para a participação dos leitores e leitoras no jornal.

Apesar de a Folha ter sido pioneira na implantação do cargo de *ombudsman*, o Jornal do Brasil já havia tentado instituir a função. De acordo com o primeiro *ombudsman* da imprensa brasileira, Caio Túlio, os primeiros jornalistas chamados para ocupar o cargo recusaram tomar posse na função, tanto no Jornal do Brasil como na Folha de S. Paulo. (TÚLIO, *abud* MENDES, 2002, p. 39).

Há registros de experiências de implementação da figura do *ombudsman* também em jornais-laboratório de universidades. Apesar de na maioria dessas iniciativas professores que coordenam a produção do jornal-laboratório exercerem a função, há também casos em que estudantes ocupam esse cargo, como é o exemplo do jornal Campus, da UnB.

A coluna *Ombudsman* do Campus foi implementada em 1998, por meio de uma parceria com o Projeto SOS Imprensa. Seu primeiro *ombudsman* foi o então

estudante de Comunicação Social Fernando Oliveira Paulino. Seu mandato durou seis meses, tempo no qual foram analisadas as cinco edições produzidas no semestre.

A ideia original do *ombudsman* do Campus era criar um espaço de participação do leitor, a partir das colunas produzidas por estudantes que integravam o projeto de extensão. Com o passar do tempo, porém, percebeu-se uma mudança na coluna, que passou a estabelecer uma rotatividade maior entre os estudantes que a escreviam – em alguns semestres, cada edição possuiu um *ombudsman* diferente. Além disso, a coluna não analisava mais as edições com base nas críticas e sugestões dos leitores, mas apenas na própria opinião do *ombudsman*.

A partir do segundo semestre de 2008, o mandato dos *ombudsmans* do Campus voltou a ser semestral. Um ano depois, no segundo semestre de 2009, foi criado o Conselho de Leitores do Campus, formado por representantes da comunidade acadêmica.

O Conselho se reúne nas sextas-feiras após a impressão de cada edição do jornal, quando analisa a publicação, prepara um relatório e o envia aos estudantes que produzem o jornal e ao professor responsável pela disciplina. Apesar de ser também um mecanismo de participação dos leitores, o conselho não possui um diálogo direto com o *ombudsman* do Campus.

A implementação de instrumentos de ouvidoria tanto no jornal Campus como na UnBTV se constituem de importantes meios de participação da sociedade e permitem a experimentação de novos formatos, já que, de acordo com o jornalista Alberto Dines, “o melhor lugar para se criticar os meios de comunicação é na imprensa alternativa” (DINES, *abud* MENDES, 2002: pág. 27).

No rádio e na televisão tem-se notícia de poucas iniciativas particulares de autorregulação. A primeira emissora a implantar a função de *ombudsman* foi a Rádio Bandeirantes, de São Paulo, que extinguiu o cargo em 1998. A Rádio O Povo/CBN AM, do Ceará, instituiu o cargo em 1998. A função foi extinta na emissora em 1999. A TV Cultura implementou a ouvidoria em 2004 e hoje ainda possui um *ombudsman*.

## 5.4 Outras Experiências

Diferentes experiências demonstram formas distintas de se inserir mecanismos de ouvidoria em meios de imprensa. Alguns veículos utilizam os diversos espaços e estratégias para incluir esse tipo de debate. Além disso, a característica de um espaço de ouvidoria depende muito de seu ouvitor.

Os jornais impressos são os meios de imprensa que mais se utilizam da figura do ouvitor para estabelecer um contato com os leitores. Apesar disso, é possível identificar experiências isoladas de ouvidoria no rádio e na televisão.

A TV pública de Portugal, do grupo RTP (Rádio e Televisão de Portugal), transmite semanalmente em cada um de seus canais o programa *A Voz do Cidadão*, produzido pelo ouvitor da emissora – lá chamado de *provedor dos telespectadores*. Em vinte minutos cada edição debate pontos polêmicos de um aspecto específico da programação, por meio de entrevistas com telespectadores e funcionários da tevê.

Já na televisão pública espanhola (RTVE), o programa *RTVE Responde*, comandado pela ouvitor – pelos espanhóis chamada de *defensora* – Elena Sánchez Caballero traz queixas distintas dos telespectadores, abordando diversos temas em um mesmo programa.

À diferença do programa português, o *RTVE Responde* mostra entrevistas externas gravadas com telespectadores seguidas por uma entrevista em estúdio da ouvitor com algum(a) funcionário(a) da emissora ligado(a) ao fato tratado pela queixa exposta. Além disso, o programa também possui uma parte institucional, mostrando atividades do cotidiano da RTVE.

Na Colômbia, todos os canais privados de tevê são obrigados por lei a possuir programas de ouvidoria. Além disso, canais estatais também adotam o mecanismo. Entre os canais colombianos que possuem programas de ouvidoria, estão RCN, Caracol, Telepácífico, Canal Capital, Teleantioquia e Canal 13<sup>11</sup>. Cada emissora

---

<sup>11</sup> Para a realização deste trabalho foram analisados seis programas de ouvidoria colombianos disponíveis na página de cada emissora.

utiliza o espaço de maneira diferente. Os formatos variam entre programa de entrevista, debate e apresentação e análise do tema por parte do *defensor del televidente* do canal.

O canal RCN transmite o programa *TUTele*. Cada edição produzida possui aproximadamente 10 minutos e é apresentada pela ouvidora Consuelo Cepeda. No programa, a apresentadora expõe um tema escolhido de acordo com as críticas e sugestões dos telespectadores, e entrevistas especialistas sobre o assunto.

Já a emissora Caracol produz o *Doble Via*, programa de 30 minutos apresentado pela ouvidora Amparo Pérez que trata de vários temas reivindicados pelos telespectadores por meio dos canais de comunicação com a ouvidora. O programa é composto de quadros, onde são mostradas entrevistas com telespectadores e funcionários do canal e análises da ouvidora. As mensagens enviadas pelos telespectadores são lidas, muitas vezes na íntegra, por uma jornalista correspondente e imagens dos programas relativas às reclamações e sugestões dos telespectadores são mostradas.

No programa *Así nos Ven*, da emissora Telepacífico, especialistas convidados são chamados ao estúdio para debater junto ao ouvidor do canal, José Vicente Arizmendi Correa, um tema selecionado a partir das mensagens enviadas pelos telespectadores. O programa, que possui duração de 30 minutos, também possui entrevista com telespectadores e funcionários da emissora.

O Canal Capital, emissora estatal da cidade de Bogotá, apresenta o programa *Televidente Capital*, apresentado pela ouvidora Judith Sarmiento. Cada edição tem a duração de aproximadamente nove minutos debate, por meio de uma matéria jornalística, um tema escolhido pela produção do programa. Na matéria, são entrevistados especialistas. Não há menção às mensagens enviadas pelos telespectadores e há pouca intervenção da ouvidora.

Já a primeira emissora regional colombiana, Teleantioquia, transmite o programa *SaberTVer*. O canal possui um *Comité Defensor del Televidente* (Comitê Ouvidor do

Telespectador), composto por cinco pessoas com trajetórias reconhecidas na área de comunicação, que produz o programa.

No Canal 13, emissora regional colombiana, o ouvidor Alejandro Rodríguez apresenta o programa *Contacto*. Com duração de 30 minutos, o programa possui o diferencial de apresentar as informações em formas de quadros. Uma conversa entre o ouvidor e um especialista convidado sobre temas relativos à maneira de fazer comunicação é permeada por alguns quadros. Um deles é o *Sociedade en Contacto*, que mostra experiências de comunicação alternativa regional. Já no quadro *Aprendiendo a Ver* é exibida uma matéria jornalística sobre temas ligados à produção de tevê. O programa tem características de um programa de crítica da mídia, já que não dá ênfase em aspectos da programação do Canal 13 e nem menciona as críticas e sugestões enviadas pelos telespectadores.

No Brasil, a TV Cultura, emissora paulista ligada à Fundação Padre Anchieta, foi o primeiro canal de televisão brasileiro a instituir o cargo de *ombudsman*. De acordo com o texto de apresentação “O que é” contido na página da emissora, o encarregado pela ouvidoria tem o papel de atuar como um “representante institucional do telespectador na TV Cultura”. O texto ainda afirma que:

“O ombudsman é também um instrumento independente, efetivo e de credibilidade na consolidação da transparência e da interatividade nas relações entre a TV Cultura e os telespectadores em geral.”<sup>12</sup>.

Apesar de analisar a programação da TV Cultura, o *ombudsman* da emissora utiliza apenas a internet como meio de publicação. O ouvidor possui um *blog* dentro da página *web* da emissora ([www.tvcultura.com.br/ombudsman](http://www.tvcultura.com.br/ombudsman)), onde publica diariamente textos opinativos escritos analisando e debatendo aspectos da programação.

Ernesto Rodrigues é o atual ombudsman da TV Cultura. Sua primeira publicação no *blog* de ouvidoria da TV Cultura foi em 27 de julho de 2008. Rodrigues costuma expressar em seus textos as opiniões de telespectadores – como é o caso da

---

<sup>12</sup> Texto de apresentação da página do ombudsman da TV Cultura (<http://www.tvcultura.com.br/ombudsman/o-que-e>). Acesso em 20 de outubro de 2009.



publicação de 15h14 do último dia 21 de outubro, espaço no qual cita o comentário do telespectador Carlos Henrique sobre o programa Roda Viva – e de funcionários da emissora – como é o caso da postagem das 18h43 do último dia 20 de outubro, onde publica na íntegra mensagem enviada por Lillian Aidar, produtora executiva do programa Móbile, sobre erros em artigo escrito pelo próprio *ombudsman*.

A página do *ombudsman* da TV Cultura também disponibiliza aos internautas um espaço designado “Altos e Baixos”, onde o ouvidor publica e apresenta uma pequena análise de trechos da programação, apontando erros e tecendo comentários sobre as peças.

Outro relevante mecanismo instituído pela emissora foi a criação do Comitê Infanto-Juvenil. Formado por cinco profissionais de áreas ligadas a direito da infância, educação, pedagogia e comunicação, o conselho é responsável por analisar as doze horas de programação diária voltada para o público infanto-juvenil e elaborar relatórios que emitam suas conclusões.

Apesar de ser uma importante ferramenta adotada pela TV Cultura em formato interessante, aproveitando mecanismos das diferentes mídias, a emissora subaproveita o recurso da interatividade em sua página *web*. Não há um canal direto de fala do telespectador, e este só pode se comunicar com a emissora e/ou com seu *ombudsman* por meio de mensagens individuais.

Além disso, o canal não possui espaço para um programa de tevê do *ombudsman* em sua programação. Tal situação pode dificultar o acesso do telespectador ao conteúdo da coluna, já que a divulgação da análise não é feita pelo mesmo meio no qual é transmitida a programação.

Há também no país programas de crítica da mídia, que debatem temas ligados à deontologia da comunicação. É o caso dos programas *Ver TV* e *Observatório da Imprensa*<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> O Observatório da Imprensa ([www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)) atua regularmente na internet desde 1996, por iniciativa do Instituto para o desenvolvimento do Jornalismo – Projor, da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp. Seu objetivo é acompanhar, em conjunto com a sociedade civil, o desempenho da

Desde fevereiro de 2006, vai ao ar, semanalmente, pela TV Câmara e pela TV Brasil (Canal Integración) o *Ver TV*. O programa, apresentado pelo Ouvidor-Geral da Empresa Brasil de Comunicação – EBC, Laurindo Leal Filho, tem o apoio da Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados.

No *Ver TV*, um debate entre três convidados e o apresentador é proposto a partir da definição de um tema ligado à maneira de se fazer televisão no Brasil. É um programa de crítica da mídia importante para levar à tona temas que geralmente não são discutidos na grande mídia.

A primeira edição do programa *Observatório da Imprensa* foi ao ar no dia 5 de maio de 1998. Apresentado pelo jornalista Alberto Dines, atualmente é transmitido semanalmente pela TV Brasil e debate importantes temas ligados à imprensa. Possui formato de entrevista, onde debatem questões polêmicas sobre temas propostos pelo apresentador.

## **5.5 UnBTV**

A primeira experiência de TV Universitária no Brasil foi protagonizada pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). À época a emissora surgiu como TV Educativa, nos moldes do Decreto-Lei 236, de 1967, que em seu artigo 13 afirmava que “a televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates.” (BRASIL, 1967).

As TVs Universitárias só começaram a ganhar certo espaço a partir de 1995, ano de decreto da lei nº 8.977, mais conhecida como Lei do Cabo, que disponibiliza canais de utilização gratuita por região em tevês a cabo, dentre eles um canal universitário. (PRIOLLI, 2004).

De acordo com a definição da Associação Brasileira de Televisões Universitárias (ABTU), TV Universitária é aquela produzida por uma Instituição de Ensino Superior

---

mídia. Em 1998 o projeto estreou seu programa televisivo de crítica da mídia na TV Cultura de São Paulo e em 2005 ganhou sua versão radiofônica.

(IES) e “transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos), e/ou por meios convergentes (circuitos internos de vídeo, TV Web, etc.), voltados estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania.” (ABTU, 2005).

Nesse contexto, a UnBTV surge em novembro de 2006 no intuito de ocupar o canal universitário do Distrito Federal. A emissora é criada dentro da estrutura do Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE), órgão diretamente ligado à estrutura da Reitoria da UnB. Criado em 1986, os objetivos do CPCE são “promover a educação e a cultura através de multimeios”<sup>14</sup>. Seus idealizadores pretendiam criar um centro de referência para a produção audiovisual no Centro-Oeste, meta que foi concretizada com a criação do centro.

Durante mais de 20 anos, o CPCE produziu inúmeros materiais e apoiou diversas iniciativas no campo da educação, da cultura e da arte. Além disso, atuou como um importante pólo de produção audiovisual no Distrito Federal e em todo o Centro-Oeste brasileiro. Desde a criação da UnBTV, o CPCE é a unidade responsável por operar a emissora, captando recursos e garantindo seu pleno funcionamento.

Nos três anos de atuação da UnBTV, vários programas já passaram por sua programação. São experiências jornalísticas, como o *Zapping* e o *Informe UnB*, de entretenimento, como o *(Em)cantos de Brasília* e o *Puxando o Papo*, de debate, como o *Diálogos* e o *SOS Imprensa* e de entrevista, como o *Tirando de Letra*, o *Rock ao Cair da Tarde* e o *Exclusiva*.

O *Zapping* é o programa mais produzido na emissora. Seu formato é diferente das matérias jornalísticas tradicionais. São mini-documentários que costumam durar entre três e cinco minutos onde apenas o entrevistado conta a história, sem que o repórter apareça ou interfira no assunto.

Além dos programas, a tevê costuma transmitir ao vivo e/ou gravar na íntegra eventos ligados à UnB. É o caso das reuniões do Conselho Superior Universitário

---

<sup>14</sup> Texto de apresentação do CPCE. Disponível em: <<http://www.cpce.unb.br/quemsomos.html>> acessado em 23/08/2009.

(Consuni), que ocorrem quinzenalmente e são transmitidas ao vivo e gravadas na íntegra pela UnBTV. Ademais, palestras e debates pela Universidade e fora dela muitas vezes são gravados na íntegra e/ou transmitidos ao vivo pela tevê ou pela *web*, na página da UnBTV ([www.cpce.unb.br/unbtv](http://www.cpce.unb.br/unbtv)).

Uma característica importante da UnBTV é que, apesar de se tratar de um órgão vinculado diretamente à estrutura da UnB, a emissora não possui uma linha editorial voltada a servir o gabinete da reitoria da Universidade. O fato de não funcionar na estrutura da Secretaria de Comunicação da UnB (Secom), mas sim no corpo de um centro administrativo permite à TV uma maior independência em relação à administração da universidade.

Apesar disso, a emissora não está livre de pressões institucionais. O fato de ser operada por um centro administrativo da universidade financiado por ela também traz à TV a responsabilidade de fazer a cobertura de fatos que ocorrem no âmbito institucional da UnB. Além disso, a emissora depende, de certa maneira, dos gestores que administram a Universidade.

Segundo Armando Bulcão, diretor da UnBTV, em debate realizado na I Conferência Livre de Comunicação da UnB, ocorrida entre os dias 24 e 26 de setembro deste ano, etapa preparatória para a I Conferência Nacional de Comunicação, a UnBTV não sofre atualmente qualquer interferência por parte da Administração da Universidade. Para o diretor, “aconteceu, a gente gravou, vai para o ar”.

Com um quadro de funcionários caracterizado pela grande quantidade de estagiários, a UnBTV é também um espaço laboratorial que permite a experimentação de estudantes universitários e profissionais recém-formados.

A estrutura da emissora é constituída de uma Diretoria, formada por professores da Faculdade de Comunicação da UnB e um quadro de servidores, funcionários terceirizados, estagiários técnicos (profissionais recém-formados) e bolsistas (estudantes de graduação), que se divide nos vários setores: produção, edição, cinegrafistas, técnica, programação, banco de imagens, criação, secretaria e segurança.

Um dos grandes desafios a ser enfrentado pela UnBTV é lidar com a expansão na UnB. Com a criação de três novos *campi* em regiões administrativas do Distrito Federal (Planaltina, Ceilândia e Gama), a partir de 2006, a emissora encontra dificuldades relacionadas à sua limitada capacidade de cobertura.

Essa realidade, porém, não é exclusiva da UnBTV. Em São Paulo, a TV USP, TV Universitária da Universidade de São Paulo (USP), possui cinco *campi* situados fora da capital paulista, no interior do Estado de São Paulo (Bauru, São Carlos, Piracicaba, Ribeirão Preto e Pirassununga).

Uma solução encontrada pela emissora – que funciona desde 1997, com a criação do Canal Universitário de São Paulo (CNU) – foi a de criar uma rede de produção entre os *campi*. Para isso, desde 2002, por meio do projeto *TV USP no Interior*, uma parceria entre as prefeituras dos cinco *campi* e a emissora possibilita que as assessorias de cada uma das unidades possa enviar pautas e pré-produzir matérias a partir de um calendário anual de visitas estabelecido pela equipe da TV.

O projeto estratégico TV USP no Interior insere-se no contexto da Rede USP de TV, iniciativa que prevê a criação gradual de uma estrutura básica de produção de tevê nos distintos *campi* da USP, de acordo com as demandas e necessidades de cada um. Segundo Pedro Ortiz, diretor da emissora, a implementação dessa rede é um desafio de médio a longo prazo, e, portanto, acredita “ser importante estabelecer parcerias iniciais, de execução imediata, para irmos aperfeiçoando e consolidando canais de produção conjunta entre a TV USP e os *campi* do interior” (ORTIZ, 2004: p. 143).

A situação da UnBTV na Universidade de Brasília, porém, é diferente da realidade vivida pela Universidade de São Paulo. No caso da USP, os *campi* do interior possuem estruturas próprias de assessoria de comunicação e três das cinco cidades que acolhem os *campi* possuem canais universitários locais – Bauru, Piracicaba e Ribeirão Preto. Portanto, o maior desafio da TV USP é criar núcleos de produção junto às assessorias e tentar inserir-se no contexto dos canais universitários locais.

Já no caso da UnB os *campi*, além de mais recentes e menores, não possuem estrutura própria de assessoria de comunicação. Por isso, é necessário criar iniciativas alternativas.

Nesse contexto, a UnBTV trabalha desde 2008 em parceria com o Projeto Comunicação Comunitária, da Faculdade de Comunicação da UnB, que atua desde 2007 com atividades de extensão no *Campus* UnB Planaltina, e com a unidade da Ceilândia do Casa Brasil ([www.casabrasil.gov.br](http://www.casabrasil.gov.br)), projeto de inclusão digital do Governo Federal que no DF atua junto à UnB.

Nessa parceria, os projetos produzem conteúdos a partir de oficinas de comunicação com a comunidade local dos *campi* e a UnBTV se compromete a transmitir os produtos realizados.

## 6 Metodologia

De acordo com Harris Watts, um programa de televisão deve sempre procurar entreter e informar. Segundo o autor, informar é fazer que o telespectador “saiba mais sobre alguma coisa do que ela sabia no início do programa” e entretenimento é “alguma coisa que as pessoas querem ver”. Watts afirma ainda que um programa de tevê “pode interessar, surpreender, divertir, chocar, estimular ou desafiar a audiência, mas despertar sua vontade de assistir” (WATTS, 1990: pág. 20).

O programa *Agentevê* segue essa linha de raciocínio. A partir da análise de outros programas de *ombudsman* para a televisão, nota-se que muitos deles não possuem uma linguagem dinâmica que atraia o telespectador. Por isso, a proposta do programa é levar informações importantes para quem o assiste sem deixar que o telespectador perca o interesse pela produção.

Para isso, o programa procura usar uma linguagem mais dinâmica, com movimentação de câmera e vinhetas no intuito de dar ao espectador tempo para processar as informações passadas.

A produção prevista é de periodicidade mensal e duração de dez minutos. É importante ressaltar que a UnBTV não possui uma grade de programação fechada. O conteúdo produzido segue se repetindo em um ciclo de cinco horas. Por isso, o programa não terá horário definido e cada edição será reprisada diversas vezes durante a programação da TV.

A estrutura do programa é constituída de apresentação, exibição de entrevistas e conclusão. O apresentador é quem conduz o programa, expondo o tema e propondo a mediação do debate entre telespectadores e membros da equipe da tevê.

A identidade do programa segue o padrão visual da UnBTV, estruturado por tarjas pretas que simulam um enquadramento 16:9 em uma tela 4:3. À tarja de cima é adicionado o nome do programa, seguido do tema da edição (no caso do vídeo-piloto, “Agentevê – UnBTV e a Comunidade”). Na tarja de baixo são colocados os créditos dos entrevistados e demais informações durante o programa.

Para o logotipo do programa, foram escolhidas marcas do padrão estabelecido na logo da UnBTV. Assim, o logotipo do programa possui a mesma fonte e cores utilizadas na marca da emissora.

O processo de construção do vídeo-piloto foi constituído de: uma fase de pré-produção, quando foi produzido o roteiro e agendadas entrevistas e visitas aos *campi*; uma fase de produção, na qual foram feitas todas as gravações externas e em estúdio e; uma fase de pós-produção, em que o vídeo foi editado e a vinheta adicionada.

A princípio, a proposta era que o vídeo tivesse duração de 15 minutos. Com o amadurecimento das ideias, acabou-se optando por limitar o tempo para no mínimo cinco e no máximo dez minutos. Essa escolha deveu-se à necessidade de tornar a produção mais dinâmica e que desperte mais a atenção dos telespectadores. No entanto, a partir do surgimento de novos quadros, o programa poderá aumentar sua duração.

Eventualmente o programa poderá apresentar convidados para debaterem o tema. Esses convidados podem ser tanto telespectadores quanto membros da equipe da tevê. A ideia de inserir telespectadores diretamente no debate de temas possibilita uma inclusão da comunidade de forma ativa na emissora. O convidado poderá participar de todo o processo de produção do programa, desde a escolha do tema e de sua discussão e análise até a gravação e edição.

Jairo Faria Mendes relatou como interessante a experiência de *ombudsman*-leitor na Revista Imprensa, em 2000. Segundo o autor, o leitor Juvêncio Mazzarollo foi convidado por Tão Gomes, Diretor de Redação da revista à época, após enviar um e-mail com críticas à revista. (MENDES, 2002: pág. 52)

É possível notar que em muitos dos programas televisivos de ouvidoria analisados são convidados funcionários das redações dos canais e em poucos casos há a participação direta dos telespectadores no debate em estúdio. No entanto, é possível também que telespectadores sejam chamados para participar do programa.



Essa estratégia possibilita que telespectadores possam conhecer mais a fundo a rotina de produção da UnBTV. Ademais, permite que seja instaurado um processo de aprendizado, onde é valorizado o direito à comunicação dos próprios telespectadores.

Uma das propostas deste trabalho é sugerir à emissora a criação de um Conselho de Telespectadores da UnBTV. Esse tipo de organização seria de grande importância para o embasamento e a gestão do programa *Agentevê*. O conselho seria formado por telespectadores da UnB, representados por pessoas dos diversos setores que compõem a comunidade universitária.

Para isso, é necessário um convite a associações, sindicatos e diretórios representativos da comunidade, além de divulgação na programação que convide os telespectadores interessados em participar do conselho.

As atribuições desse conselho deve ser sugerir pautas e temas para o programa *Agentevê*, a partir da análise da programação da emissora. Propõe-se ao conselho se reunir mensalmente, uma semana após a primeira exibição da edição anterior do programa.

Outra sugestão que este trabalho faz à UnBTV é a de instauração do ouvidor na emissora. É proposto que esse cargo seja ocupado preferentemente por um telespectador membro do Conselho de Telespectadores da UnBTV. O ouvidor seria o responsável por receber as críticas e sugestões enviadas pelos telespectadores e estruturá-las em propostas para o programa *Agentevê*.

ouvir a opinião da comunidade sobre a forma de aproximá-la da TV e; 3) realizar um produto que possua um formato descontraído que possa chamar a atenção dos telespectadores do canal.

## 7 Conclusões

A partir das inquietações e debates decorrentes do processo de realização deste trabalho, pode-se perceber a importância da implementação de um programa de ouvidoria no canal universitário do Distrito Federal. Os conceitos teóricos e a análise das diversas experiências foram fundamentais para que alternativas fossem expostas e escolhas fossem feitas.

Cada entrevistado e entrevistada e cada pessoa que contribuiu direta ou indiretamente no processo foi responsável por estimular reflexões acerca da realização deste produto.

A UnBTV tem uma audiência reduzida e alguns estudantes entrevistados desconhecem sua existência. Após três anos de atuação, a emissora tem o desafio de ampliar seu público, possibilitando que a comunidade universitária participe ativamente da programação. Por isso, é fundamental a criação de meios que proporcionem uma maior integração entre a comunidade e o canal.

Este produto é um primeiro passo para que se implante um sistema de ouvidoria na UnBTV. É importante que esse espaço seja mantido e outros sejam criados a fim de perpetuar a construção coletiva, a participação e a responsabilidade social na emissora.

Além disso, a proposta se apresenta como uma importante ferramenta para a valorização de toda a comunidade que envolve a UnB. A estratégia permite que os diversos *campi* da universidade possam demandar da tevê e participar ativamente na construção de um espaço democrático na universidade.

A iniciativa propõe desafios tanto para o pesquisador como para a UnBTV, já que se sugere a implantação de ferramentas que exigem atenção e cuidado por parte de seus realizadores. Ademais, esse espaço necessita constante manutenção e construção. Deve ser um canal aberto para mudanças, garantindo, assim, sua continuidade.

O desafio é proposto também à comunidade universitária da Universidade de Brasília, no sentido de que participe e não deixe que tal mecanismo se torne uma repetição da falta de continuidade percebida em outras iniciativas semelhantes. É necessário que a comunidade se mobilize para garantir esse espaço e criar muitos outros que possibilitem meios de garantir seus direitos de participação na universidade.

Nesse sentido, desde já é indispensável a formação de um conselho de telespectadores que debata os conteúdos veiculados na UnBTV e que construa de forma coletiva uma tevê universitária mais participativa e atuante na universidade.

Durante a análise das legislações e experiências de outros países, viu-se a importância de se incentivar no Brasil políticas públicas que garantam uma maior responsabilidade nos meios de comunicação. Sabe-se que há no país uma grande concentração das informações e que iniciativas como a proposta neste trabalho permitem que a sociedade participe de forma mais efetiva na construção dos conteúdos que quer assistir, ler e ouvir diariamente.

Pode-se perceber que, no Brasil, a falta de iniciativas parecidas à proposta neste projeto faz que o país muitas vezes ande na contramão da democratização dos seus meios de comunicação. Apesar disso, iniciativas buscam contribuir para abrir espaços de mediação com o público..

Por isso, fica evidente com este trabalho a real possibilidade de se implantar mecanismos de participação nos veículos de comunicação públicos, estatais e privados. É necessário que não só meios mantidos pelo governo ou pela sociedade civil possuam esse tipo de mecanismo, principalmente nos veículos privados, que atigem a maior parte da população brasileira.

Nesse sentido, não é possível depender somente de iniciativas particulares, mas se vê essencial a construção de meios de regulação que garantam a participação de toda a população nos meios de comunicação, tendo em vista a importância desses canais na formação de uma sociedade mais justa e igualitária.

Enfim, às vésperas da realização da I Conferência Nacional de Comunicação, este projeto vem como modesta colaboração, no intuito de contribuir para uma maior participação na mídia. Além disso, espera incentivar uma maior experimentação e responsabilidade social nos meios de comunicação brasileiros.

## 8 Referência Bibliográfica

### 8.1 Livros

BERTRAND, C.J. *O arsenal da democracia: Sistemas de Responsabilização da Mídia*. Bauru: EDUSC, 2002.

\_\_\_\_\_. *La Déontologie des médias*. Paris: Presses Universitaires de France, Que Sais-Je, 1997.

CARVALHO, A.; CARDOSO, A.; FIGUEIREDO, J.P. *Direito da Comunicação Social*. Cruz Quebrada: Casa das Letras: 2005.

CGU. *Orientações para implantação de unidade de OUVIDORIA*. 5ª ed. Brasília: CGU, 2009. Disponível em: <[http://blig.ig.com.br/aouvidoriavaifalar/files/cartilha\\_2009.pdf](http://blig.ig.com.br/aouvidoriavaifalar/files/cartilha_2009.pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2009.

MENDES, Jairo F. *O ombudsman e o leitor*. Belo Horizonte: O Lutador, 2002.

SABOYA, Jackson. *Manual do autor-roteirista: técnicas de roteirização para a TV*. Rio de Janeiro: Record, 1992.

SYMONIDES, Janusz and Vladimir Volodin (eds.). *A Guide to Human Rights. Institutions, Standards, Procedures*. Paris: UNESCO, 2001.

WATTS, Harris. *On camera : o curso de produção de filme e vídeo da BBC*. São Paulo: Summus, 1990.

### 8.2 Artigos

ABTU - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. *As perguntas mais comuns sobre televisão universitária, a ABTU e a RITU*. Disponível em <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em 20 out. 2009. Paginação irregular.

IASBECK, L. *Ouvidoria, Lugar Privilegiado de Comunicação Organizacional*. Intercom, 2007. Disponível em: <[http://www.ipea.gov.br/ouvidoria/doc/ouvidoria\\_lugar\\_de\\_comunicacao.pdf](http://www.ipea.gov.br/ouvidoria/doc/ouvidoria_lugar_de_comunicacao.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2009.

MARTY, E. *Ata do 1º Congresso Estatuinte da Associação dos Ombudsmans e Mediadores da Francofonia*. 23 - 26 de novembro de 1999, Ougadougou - Burkina Faso. Disponível em <[http://democratie.francophonie.org/IMG/pdf/13\\_4.2.pdf](http://democratie.francophonie.org/IMG/pdf/13_4.2.pdf)>. Acesso em: 18 nov. 2009.

MELO, Marcus André. *O viés majoritário na política comparada: responsabilização, desenho institucional e qualidade democrática*. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2007, vol.22, n.63. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S010269092007000100003&lng=en&nandothers&nrm=iso#nt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010269092007000100003&lng=en&nandothers&nrm=iso#nt)>. Acesso em: 01 dez. 2009.

PRIOLLI, Gabriel. *Televisão Universitária: TV educativa em terceiro grau*. Disponível em: <<http://www.universia.com.br/universitario/materia.jsp?materia=4843>>. Acesso em: 10 nov. 2009.

ORTIZ, Pedro. *TV USP – perspectivas e desafios futuros de uma TV universitária*. Revista USP, São Paulo, v. 61, 2004.

SEGATO, Rita. *Por Que Reagimos às Cotas para Negros?, O Público e o Privado*, Revista Acadêmica do Mestrado em Políticas Públicas e Sociedade da UECE, No. 3, 61-81, Fortaleza, janeiro a junho, 2004. Disponível em: <[http://www.politicasuece.com/v6/admin/publicacao/mapps\\_Rita\\_91.pdf](http://www.politicasuece.com/v6/admin/publicacao/mapps_Rita_91.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2009.

### **8.3 Páginas web**

Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) – **[www.abtu.org.br](http://www.abtu.org.br)**

Blog *A Ouvidoria vai Falar* – **[www.bligh.com.br/aouvidoriavaifalar](http://www.bligh.com.br/aouvidoriavaifalar)**

Canal Capital (Colômbia) – **[www.canalcapital.gov.co](http://www.canalcapital.gov.co)**

Canal 13 (Colômbia) – **[www.canal13.com.co](http://www.canal13.com.co)**

Canal RCN (Colômbia) – **[www.canalrcn.com](http://www.canalrcn.com)**

Caracol TV (Colômbia) – **[www.caracoltv.com](http://www.caracoltv.com)**

Centro de Produção Cultural e Educativa (CPCE) – **[www.cpce.unb.br](http://www.cpce.unb.br)**

Empresa Brasil de Comunicação (EBC) – **[www.ebc.com.br](http://www.ebc.com.br)**

Faculdade de Comunicação da UnB – **[www.fac.unb.br](http://www.fac.unb.br)**

Observatório da Imprensa – **[www.observatoriodaimprensa.com.br](http://www.observatoriodaimprensa.com.br)**

Organization of News Ombudsmen (ONO) – **[www.newsombudsmen.org](http://www.newsombudsmen.org)**

Projeto Comunicação Comunitária – **[www.unb.br/fac/comcom](http://www.unb.br/fac/comcom)**

Projeto SOS Imprensa – **[www.unb.br/fac/sos](http://www.unb.br/fac/sos)**

Rádio e Televisão de Portugal (RTP) – **[www.rtp.pt](http://www.rtp.pt)**

Rádio Ralacoco – **[www.ralacoco.dissonante.org](http://www.ralacoco.dissonante.org)**

Radio Televisión Española – **[www.rtve.es](http://www.rtve.es)**

Teleantioquia (Colômbia) – **[www.teleantioquia.com.co](http://www.teleantioquia.com.co)**

Telepacífico (Colômbia) – **[www.telepacifico.com](http://www.telepacifico.com)**

TV Cultura – **[www.tvcultura.com.br](http://www.tvcultura.com.br)**

Universidade de Brasília – **[www.unb.br](http://www.unb.br)**

#### **8.4 Legislação**

BRASIL. *Decreto-Lei nº 236, de 28 de fevereiro de 1967*. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/ccivil/Decreto-Lei/Del0236.htm>>. Acesso em: 15 out. 2009.

\_\_\_\_\_. *Projeto de Lei nº 342/2007*. Dispõe sobre a regulamentação da atividade de Ouvidor, nas empresas públicas ou privadas e dá outras providências. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/sileg/MostrarIntegra.asp?CodTeor=440298>>. Acesso em: 22 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. *Lei 8.389, de 30 de dezembro de 1991*. Institui o Conselho de Comunicação Social, na forma do art. 224 da Constituição Federal e dá outras providências. Disponível em: < <http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/127833/lei-8389-91>>. Acesso em: 22 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. *Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995*. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/leis/L8977.htm>>. Acesso em: 15 out. 2009.

\_\_\_\_\_. *Lei nº 11.652, de 7 de abril de 2008*. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei nº 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11652.htm)>

COLOMBIA. *Ley 335, de 1996*. Por la cual se modifica parcialmente la Ley 14 de 1991 y la Ley [182](#) de 1995, se crea la televisión privada en Colombia y se dictan



otras disposiciones. Disponível em:

<[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley\\_0335\\_1996.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1996/ley_0335_1996.html)>. Acesso em: 22 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. *Ley 182, de 1995*. Por la cual se reglamenta el servicio de televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforma la comisión nacional de televisión, se promueven la industria y actividades de televisión, se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones. Disponível em:

<<http://www.cinterfor.org.uy/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/youth/legisl/col/lxxvii/index.htm>>. Acesso em: 22 nov. 2009.

## 8.5 Trabalhos acadêmicos

BARRAVIERA, E. *A Ouvidoria como mecanismo de Responsabilidade Social Empresarial*. 2009. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Gestão de Qualidade e Produtividade) – Universidade Nove de Julho, São Paulo. Disponível em: <[http://www.abonacional.org.br/MONOGRAFIA\\_ECLARICE\\_final.pdf](http://www.abonacional.org.br/MONOGRAFIA_ECLARICE_final.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2009.

PAULINO, F. *Responsabilidade Social da Mídia: Análise conceitual e perspectivas de aplicação no Brasil, Portugal e Espanha*. 2008. Dissertação (Doutorado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília. Disponível em: <[http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada\\_10\\_fernando\\_paulino.pdf](http://sbpjor.kamotini.kinghost.net/sbpjor/admjor/arquivos/coordenada_10_fernando_paulino.pdf)>. Acesso em: 20 out. 2009.

## 9 Anexos

### 9.1 Cronograma de atividades

15 de setembro a 15 de outubro	Pesquisa – leitura e análise de programas
15 de outubro a 2 de dezembro	Estruturação da memória
9 a 13 de novembro	Gravação de entrevistas
16 a 18 de novembro	Gravação em estúdio
18 a 23 de novembro	Confecção da vinheta do programa
23 a 27 de novembro	Edição e finalização do produto

### 9.2 Roteiro do vídeo piloto

**TEC: ENTRA VINHETA.**

**TEC: CÂMERA 1 EM PLANO MÉDIO. APRESENTADOR SENTADO EM FRENTE AO CENÁRIO.**

**LOC:** OLÁ, ESTE É O PROGRAMA DE OUVIDORIA DA UNBTV. O AGENTE VÊ É UM ESPAÇO PARA QUE VOCÊ, TELESPECTADOR, POSSA PARTICIPAR DA TV.

**TEC: CÂMERA 2 EM PLANO PRÓXIMO NO ROSTO DO APRESENTADOR.**

**LOC:** VOCÊ PODE ENVIAR CRÍTICAS E SUGESTÕES PARA O E-MAIL AGENTEVE.UNBTV@GMAIL.COM. ASSIM, VOCÊ CONTRIBUIRÁ NA CONSTRUÇÃO DA UNBTV QUE VOCÊ QUER ASSISTIR.

**TEC: CÂMERA 1 EM PLANO MÉDIO. A PARTIR DE “APROXIMAÇÃO DA UNBTV...” CÂMERA DÁ UM ZOOM IN E ENQUADRA O APRESENTADOR EM PLANO PRÓXIMO.**

**LOC:** PRA COMEÇAR, A GENTE VAI DEBATER FORMAS DE APROXIMAÇÃO DA UNBTV COM A COMUNIDADE. O QUE DEVEMOS FAZER PARA QUE AS PESSOAS ASSISTAM A ESTA TV? DE QUE MANEIRA ELAS PODEM SE SENTIR MAIS REPRESENTADAS NA PROGRAMAÇÃO?

**TEC: CÂMERA 2 EM PLANO PRÓXIMO.**

**LOC:** PARA DISCUTIR ESSAS QUESTÕES, VISITAMOS OS *CAMPI* DE PLANALTINA, CEILÂNDIA E DO PLANO PILOTO. O QUE SERÁ QUE O PESSOAL TEM A SUGERIR PARA A UNBTV.

**TEC: ENTRA CARTELA “PARTICIPAÇÃO”.**

**TEC: ENTRAM ENTREVISTAS SOBRE PARTICIPAÇÃO.**

**TEC: CÂMERA 1 EM PLANO MÉDIO. APRESENTADOR SENTADO EM FRENTE AO CENÁRIO.**

**LOC:** APESAR DE EXISTIR HÁ TRÊS ANOS, A UNBTV AINDA ENFRENTA PROBLEMAS NA RELAÇÃO COM A COMUNIDADE. POUCAS PESSOAS ASSISTEM À TV E UMA PARTE DELAS NEM SABE DE SUA EXISTÊNCIA.

**TEC: CÂMERA 2 EM PLANO PRÓXIMO.**

**LOC:** POR ISSO, É NECESSÁRIO QUE TV E TELESPECTADORES SE JUNTEM PARA CONSTRUIR UM CONTEÚDO DE QUALIDADE QUE REFLITA A UNIVERSIDADE. É PRECISO BOLAR ESTRATÉGIAS PARA QUE VOCÊ ASSISTA E POSSA SE RECONHECER NA UNBTV.

**TEC: ENTRA CARTELA “DIVULGAÇÃO”.**

**TEC: ENTRAM ENTREVISTAS SOBRE DIVULGAÇÃO.**

**TEC: CÂMERA 1 EM PLANO MÉDIO. A PARTIR DE “APROXIMAÇÃO DA UNBTV...” CÂMERA DÁ UM ZOOM IN E ENQUADRA O APRESENTADOR EM PLANO PRÓXIMO.**

**LOC:** O AGENTE VÊ FICA POR AQUI. ENVIE SUAS CRÍTICAS E SUGESTÕES SOBRE A PROGRAMAÇÃO PARA O EMAIL AGENTEVE.UNBTV@GMAIL.COM. A GENTE SE VÊ NA PRÓXIMA.

**TEC: ENTRA VINHETA**