



TVE

E ESCOLAS

Propostas para Projetos entre as TVs
Educativas e Escolas de Ensino Básico

CLÁUDIO MÁRCIO MAGALHÃES

una



CLÁUDIO MÁRCIO MAGALHÃES

TVE E ESCOLAS

Propostas para Projetos entre as TVs
Educativas e Escolas de Ensino Básico

1ª Edição

Belo Horizonte

Associação Brasileira de
Televisão Universitária - ABTU

2017

TVE E ESCOLAS - Propostas para projetos entre as TVs Educativas e Escolas de Ensino Básico

Redação

Cláudio Márcio Magalhães

Colaboração

Profa. Maria Lúcia Miranda Afonso

Projeto Gráfico e diagramação

Victor Alves de Almeida Soares

Revisão

Valéria Gonçalves

T269

TVE e escolas: Propostas para projetos entre as TVs educativas e escolas de ensino básico / coordenador Cláudio Márcio Magalhães. – 2017.

52f.

Produto técnico resultante das pesquisas “Concepções sobre TVE e um estudo sobre as TVs educativas e as escolas em Minas Gerais” e “A TV Educativa brasileira é educativa? Entre 2014 e 2016 dentro do Programa de Iniciação Científica e Tecnológica da Coordenação de Pesquisa do Centro Universitário UNA.

Prefixo Editorial: 89518

ISBN: 978-85-89518-04-8

1. Televisão – Estações educativas. 2. Televisão na educação. 3. Educação. I. Magalhães, Cláudio Márcio

CDU: 37

Esta publicação é um produto técnico resultante das pesquisas “Concepções sobre TVE e um estudo sobre as TVs educativas e as escolas em Minas Gerais” e “A TV Educativa brasileira é educativa? Um estudo das relações entre a TVE e as escolas locais”, realizadas entre 2014 e 2016, dentro do Programa de Iniciação Científica e Tecnológica da Coordenação de Pesquisa do Centro Universitário UNA, com bolsas financiadas pela Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais – FAPEMIG.

As pesquisas tiveram apoio do Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local do Centro Universitário UNA e da Associação Brasileira de Televisão Universitária.

Professor Coordenador: Cláudio Márcio Magalhães

Bolsistas:

Izabella Fonseca Costa – Jornalismo Multimídia

Luiz Cláudio França Santos Magalhães – Sistema de Informação

Victor Alves de Almeida Soares – Publicidade e Propaganda

Centro Universitário UNA

Coordenadora de Pesquisa: Ana Paula Ladeira

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local: Lucília Regina de Souza Machado

Vice-Reitora: Débora Cristina Brettas Andrade Guerra

Associação Brasileira de Televisão Universitária

Diretor Presidente: Fernando Moreira

APOIO:



UMA ALIANÇA ESSENCIAL

Desde que foi atropelada, há quase 30 anos, pelo conceito de TV Pública - cunhado para contornar a presumida “chaticice” dos conteúdos educativos, trocá-los pelos de entretenimento e atrair patrocínio privado para as emissoras estatais, sob governos desinteressados de mantê-las com recursos públicos - a TV Educativa vive em permanente crise de identidade.

Do ponto de vista legal, é apenas ela que existe, junto com a TV comercial, posto que nenhum código no ordenamento jurídico brasileiro tipifica a TV Pública, que pode ser muitas coisas, não necessariamente pedagógicas ou formadoras. No entanto, a missão educativa da televisão não-comercial declinou e até definiu, na maioria das emissoras desse campo, embora 100% delas ainda acredite fazer educação, como demonstram os estudos de Cláudio Márcio Magalhães e sua equipe.

O fato de que ampla maioria das comunidades não reconhece esse papel ou sequer identifica a emissora educativa que nela opera, também apontado nos estudos, mostra bem o grau de autismo e auto-engano como que as tevês educativas vêm trabalhando. Já no Século XXI, elas ainda acreditam estar cumprindo o papel que tinham na segunda metade do Século XX, e que foi profundamente alterado com o avanço do ensino à distância via internet, o surgimento de outros serviços públicos de informação (tevês legislativas, comunitárias, institucionais, etc) e o desinteresse dos governos em financiar estruturas de comunicação caras, que eles não podem manipular para fins político-eleitorais.

Um caminho possível de recuperação e fortalecimento da Televisão Educativa é justamente o esboçado neste livro: o do aprofundamento da relação entre emissoras e escolas. Ou, mais amplamente, o de uma articulação mais intensa, mais estrutural, entre TVEs e o setor educacional, as ideias pedagógicas, os grandes debates da área. Acredito nesse caminho e louvo as obras como esta, que contribuem para que a escola conheça melhor a televisão e saiba como usá-la.

Gabriel Priolli, jornalista e consultor de comunicação, presidente de honra da ABTU e autor, entre outros livros, de *A Deusa Ferida* e *O Campeão de Audiência*.

ESCOLA E TECNOLOGIA: UM DIÁLOGO NECESSÁRIO

A escola pública surgiu em meados do século XIX, a partir do interesse do capitalismo em preparar as gerações para outro modo de vida, mas, também, das demandas de acesso ao conhecimento, como um bem de cidadania e instrumental para a vida. Tradição e inovação sempre se confrontaram na história da escola, gerando uma ambivalência entre o desejo de desenvolvimento e a resistência às novas metodologias.

Hoje, no Brasil, o ensino fundamental é garantido como direito e está quase universalizado. A expansão da escola pública, no século XX, aconteceu lado a lado com o reconhecimento de crianças e adolescentes como cidadãos e pessoas em desenvolvimento, ativas e criativas, capazes de compreender e criar sentidos. Trata-se de uma inovação: para esses cidadãos, é preciso repensar a educação e as relações educativas.

Como contribuir para essa transformação pedagógica? A escola, que se mantinha, orgulhosa, como centro de excelência do saber na sociedade, precisa olhar para os lados e descobrir de onde e por que meios está sendo produzido o conhecimento e sua aplicação nas diversas esferas da vida. Nesse entorno, encontra a Televisão Educativa (TVE). E a primeira reação é negar a sua relevância. O celular, a televisão, a câmera e outros só serviriam para fins mundanos, desprezíveis diante dos valores do admirável mundo velho. Podem ser usados nos espaços cotidianos, mas nunca na sala de aula!

Ora, é nesse momento que se precisa de um bom diálogo para compartilhar e construir novos sentidos. É nesse registro que se coloca essa bela cartilha intitulada TVE e escolas: propostas para projetos entre as TVs educativas e escolas de ensino básico. Trata-se de um texto claro, agradável, colorido e, principalmente, inteligente e criativo.

As Televisões Educativas (TVE) existem há mais de 50 anos, e funcionam, hoje, em grandes emissoras estatais e também em diversos municípios brasileiros (Magalhães, 2017). Entretanto, ainda não existe um laço entre elas e as escolas. O Prof. Cláudio defende que, se uma TV é educativa, então deve dialogar com as escolas formais, além de outros espaços educativos. Busca-se não uma inovação meramente tecnológica, mas uma intervenção pedagógica que possa fortalecer a qualidade da educação, a cidadania de crianças e adolescentes, as competências dos professores e trazer resultados para a comunidade.

As pesquisas mostraram que, em Minas Gerais, 100% das TVEs acreditavam ser educativas, mas apenas 81% mantinham alguma atividade com escolas e, principalmente, com universidades. Dentre os educadores, 83,4% afirmaram que não havia relação entre a TVE e a escola. Porém, um terço das escolas admitia que havia a possibilidade de criar um relacionamento com as TVEs (veja dados e referências no Resumo).

Assim, foram construídos projetos para realização conjunta entre TVE e escolas. Incluem a cobertura de atividades na escola (como feira de ciências, eventos esportivos e culturais), programas comunitários, oficinas de reportagem, programas infantis, entrevistas com educadores e pessoas da comunidade, dentre outros. São projetos que podem ser articulados, documentados, mensurados e avaliados.

A Cartilha faz sugestões flexíveis sobre gravação e edição de programas e interprogramas: usar equipamentos da TVE ou da escola, bem como os equipamentos móveis dos alunos. Reitera-se a necessidade da participação dos alunos, além de apontar uma maneira de se usar os celulares/tablets na produção de conhecimento. As novas tecnologias podem contribuir para ampliar a participação de todos os envolvidos no processo educacional. Por exemplo, a edição do material pode ser feita pela equipe da TVE ou pela escola, ou em conjunto, incluindo os estudantes, em todos os passos do processo e estimulando as suas competências. Isto possibilita a participação ativa, com maior compartilhamento entre educadores e educandos.

A cartilha oferece um roteiro para criação de projetos, desde o título até os resultados, buscando caminhos viáveis, dicas para captar financiamentos e mensurar resultados. Não se trata apenas de sugerir técnicas, mas de desenvolver um olhar pedagógico que cria um laço entre as escolas e a TVE, dirigindo também o olhar para a comunidade: quais são os acontecimentos a serem cobertos? Que sentimentos de identidade são provocados? Há valorização da experiência local como plena de sentido para as pessoas que a vivem.

Conforme argumenta o Prof. Cláudio, é preciso ensinar a linguagem do audiovisual para os jovens. Ora, mas eles já não sabem? Sim, mas a apropriação desses equipamentos para a produção do conhecimento recria a relação com a tecnologia. É como saber falar português, e precisar também escrever em português. Como aprender a falar uma nova linguagem e descobrir as suas diversas aplicações. E por que não na escola? E por que não para a escola?

Assim, no momento em que a sociedade é transformada por sua produção midiática, em que a Escola problematiza o seu papel na sociedade, e em que se indaga sobre como, por quem e para quem o conhecimento é produzido, esta cartilha lança a ideia de que o laço entre Escola e TVE é um passo importante para aproximar a educação, a comunicação e o desenvolvimento local.

Maria Lúcia Miranda Afonso, Psicóloga, Mestre e Doutora em Educação. Professora no Programa de pós-graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local/Centro Universitário UNA.

IN- TEN ÇÃO

As Televisões Educativas brasileiras (TVE) já existem há 50 anos. Sua história é centralizada nas grandes emissoras estatais e nas capitais dos estados. Mas centenas de pequenas emissoras estão espalhadas pelo interior, a maioria sendo a única TV local.

Como educativas, deveriam estar próximas da educação formal das cidades onde chegam seu sinal. Mas não é o que acontece. TV e escola não dialogam, e ambas têm visões diferentes sobre essa relação.

Tal conclusão é resultado de uma ampla investigação realizada dentro da Coordenação de Pesquisa, no Programa de Iniciação Científica e Tecnológica, do Centro Universitário UNA, em Minas Gerais.

No intuito de diminuir esse distanciamento, essa cartilha elenca uma série de propostas de projetos, colhidos, tanto durante a pesquisa, como na experiência da Associação Brasileira de Televisão Universitária.

A intenção é que TVE e Escolas locais possam construir iniciativas que levem a TV para dentro da Escola e a comunidade acadêmica para os seus estúdios. E que, do outro lado da tela, a população possa ser beneficiada por uma programação na qual faça sentido o nome “Educativa” de sua emissora local.

ÍNDICE

- 11** Resumo da pesquisa
- 12** A TV Educativa Brasileira é Educativa?
- 14** Problemas e Oportunidades
- 15** Propostas
- 16** Captação e Edição
- 17** Como entender as propostas
- 18** Cobertura de Feira de Ciência
- 20** Cobertura das Atividades da escola
- 22** Oficina de Reportagem para TV
- 24** Oficina de Telejornal
- 26** Documentário pela História Oral
- 28** Programa Infantil
- 30** Programa comunitário nos bairros
- 32** Programa de Entrevista com Educadores
- 34** Eventos esportivos estudantis
- 36** Contação de Histórias
- 38** Agenda Cultural Escolar
- 40** Visitas à emissora
- 42** Cursos de Formação de Professores
- 45** Medindo o Sucesso
- 46** Mensure os resultados
- 48** Como fazer uma breve pesquisa de audiência
- 51** Outras Ideias

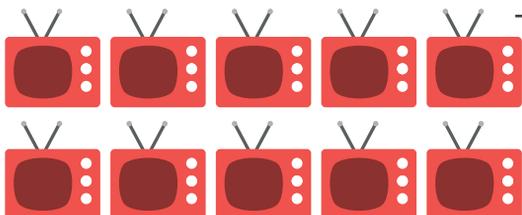


RE SU MO

A TV Educativa brasileira é educativa?

Um estudo das relações entre a TVE e as escolas locais

TVs EDUCATIVAS



100% das TVs acreditam ser educativas

81%

Das TVs afirmaram ter alguma atividade com as escolas



A maioria das atividades está relacionada ao gênero jornalístico, como entrevistas, notícias e coberturas.



As atividades junto as universidades são as segundas em preferência pelas TVES, depois são citadas oficinas e visitas técnicas.

COMUNIDADE ESCOLAR

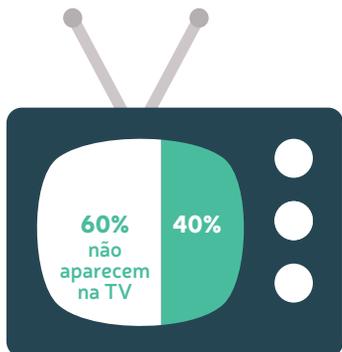


Da comunidade não sabe que existe TV educativa na cidade.

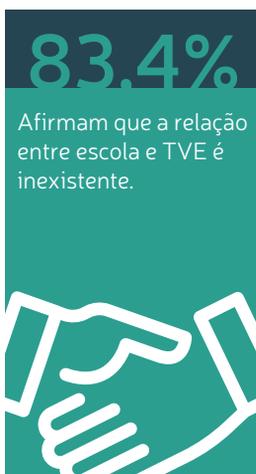
83,3%

Afirmam que as TVEs não fazem reportagens sobre as escolas.





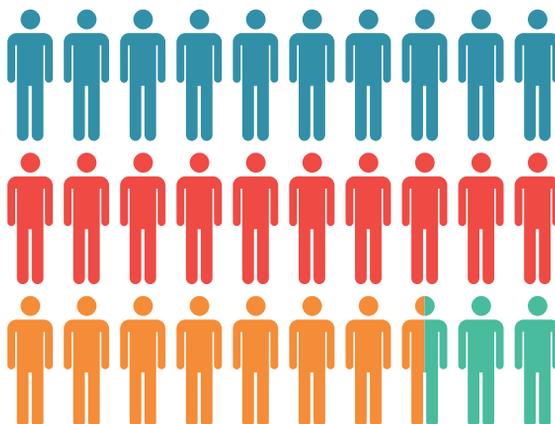
40% da comunidade afirma que quando a escola aparece na programação local da TV é no jornal.



Quatro em cada cinco entrevistados informaram que **não** assistem ou raramente assistem a programação da TV Educativa.

Aos educadores foi perguntado se consideram a TV da cidade como educativa.

33% SIM
 33% NÃO
 20% NEM SEMPRE
 13% NÃO SABE



PROBLEMA

As TVEs acreditam que são educativas e estão na vida das Escolas, impressão não compartilhada pelos educadores.

OPORTUNIDADE

Um terço das Escolas acreditam que as emissoras são educativas e que ainda há pouco relacionamento, o que significa que muito pode-se criar.

Pesquisas Completas:

Magalhães, C.; Costa, I.; Magalhães, L.C.F.S. Concepções sobre TVE e um estudo sobre as TVs educativas e as escolas em Minas Gerais. In: Nagamini, E. (org.). Processos educativos na interface Comunicação e Educação. Ilhéus, BA: Editus, 2016. – (Série Comunicação e Educação; v.2).

Magalhães, C.; Costa, I.; Magalhães, L.C.F.S. A TV Educativa brasileira é educativa? Um estudo das relações entre a TVE e as escolas locais. Revista. Comunicação Midiática: Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação / Universidade Estadual Paulista, Bauru/SP, V. 11, N. 2, maio/agosto, 2016.

A close-up, high-angle photograph of a person's hands writing in a white notebook with a black pen. The scene is bathed in a warm, golden-yellow light, creating a soft, focused atmosphere. The person is wearing a light-colored, possibly white, long-sleeved shirt. The notebook is open, and the pen is held in the right hand, with the tip touching the paper. The text 'PROPOS TAS' is superimposed in a bold, red, sans-serif font, centered within a red square frame that overlaps the notebook and the person's hand. The background is blurred, showing more of the person's arm and the notebook's pages.

PRO POS TAS

GRAVAÇÃO E EDIÇÃO

Sempre que for necessário, a captação de imagens e entrevistas e a edição podem ser feitas de duas maneiras:

1. Usando os equipamentos da TVE; ou
2. Usando equipamentos móveis das escolas e/ou dos alunos (celulares/tablets).

Da mesma maneira, a edição pode ser com material:

1. produzido inteiramente pela equipe técnica da TV;
2. produzido inteiramente dentro da escola;
3. uma mistura de ambos.



COMO ENTENDER AS PROPOSTAS

Título da Proposta

Gênero

Tipo de programa e/ou projeto

Público

Público a que se destina, tanto o projeto em si, como a audiência.

O que fazer

Sugestões de como realizar a proposta.

Estão divididas em graus de mobilização junto à comunidade escolar:

- POUCA MOBILIZAÇÃO
- MÉDIA MOBILIZAÇÃO
- MUITA MOBILIZAÇÃO

Resultados esperados

O que se espera do projeto

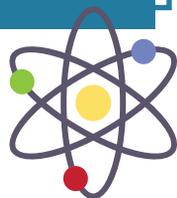
BOX

#DICA

Dicas de como ampliar os benefícios da atividade.

No final da publicação, dicas especiais de como mensurar resultados, como obter dados para analisar o sucesso do projeto. Tais dados também devem ser compilados e mostrados a possíveis patrocinadores.

Cobertura de Feira de Ciências



Gênero

Telejornalismo

O que é

Feiras de Ciência estão no imaginário das pessoas. Quem nunca teve, em seu tempo de escola, que passar pelas alegrias e os constrangimentos de uma apresentação de ciências? Os “vulcões” artesanais, as misturas químicas coloridas, as mudas e hortas variadas, as galerias de protótipos de invenções, tudo isso e muito mais é puro deleite audiovisual. Para qualquer lado que virar a câmera, existe uma imagem interessante com uma criança junto. Além disso, é um assunto ignorado pela grande mídia, o que torna um diferencial para a emissora.

Público

As Feiras de Ciência costumam atrair toda a comunidade acadêmica, desde os próprios alunos, querendo ver os projetos dos colegas; como os pais e responsáveis, trazidos pelos filhos ou pela curiosidade; assim como o corpo docente, ávido em saber se o conhecimento concretizou-se no projeto dos jovens. Imagine como é isso ampliado pelos sinais da TV!

O que fazer

- Cobertura tradicional para se colocar no telejornal, atraindo o público infantil, seus responsáveis e a comunidade acadêmica para aquela edição, tomando conta de todo o telejornal em si.
- Entregue o microfone para uma ou mais crianças, das mais desinibidas, para que elas possam ir apresentando a Feira, o que vai dar um ar mais espontâneo e tira a sisudez da reportagem tradicional. Lembre-se que criança sempre atrai audiência, quando está espontânea. Peça que a escola ajude na seleção dos repórteres mirins.
- A escola pode promover um concurso interno para o melhor projeto da Feira, escolhendo três finalistas. A TVE faz três pequenas reportagens, veiculadas no telejornal ou nos intervalos, pedindo que os telespectadores votem (por telefone, internet, aplicativos) no projeto que achar o mais

interessante. A premiação pode ser na escola ou na emissora, gerando uma cobertura a mais.

- Faça chamadas nos intervalos anunciando quaisquer que forem as opções. Crianças e jovens são afeitos ao suspense e criam grande expectativa, envolvendo, nessa ansiedade, também os adultos.

Resultados Esperados

Com o tempo, as próprias escolas vão avisando a chegada da Feira de Ciência e os educadores vão acompanhando os telejornais para se verem e verem as demais escolas. Com isso, também ocorrerá o contato com as demais notícias e o formato do telejornal, encontrando nele uma importante fonte de informação. Como se trata de uma população significativa, espera-se também o aumento da audiência.

#DICA

Podem ser criados interprogramas ou quadros em programas fixos da TVE com a temática Feira de Ciência, abordando pequenas curiosidades do tipo “você sabia?”, utilizando o material audiovisual gerado pela atividade.

Cobertura de Atividades da Escola

Gênero

Telejornalismo, Entrevista, Documentário, Variedades



O que é

As escolas são pequenas representações da sociedade nas quais se inserem. Lá se discutem as notícias mais atuais, debate-se o passado, sua pertinência com o presente e as expectativas do futuro. Nessas instituições, há esporte, artes, histórias alegres e tristes. O que acontece dentro da escola, geralmente, tem mais repercussão na comunidade em torno – sempre um conjunto de pessoas numericamente considerável – do que uma exposição de artes. Além disso, a cobertura local da escola é uma exclusividade que as emissoras regionais e nacionais não podem oferecer, o que gera também um diferencial.

Público

Toda a comunidade acadêmica, como os próprios alunos querendo ver a si mesmos e aos colegas, como também seus responsáveis, trazidos pelos filhos ou pela satisfação de assistir à escola do seu bairro na TV. Também gerará o interesse do corpo docente, pelos mesmos motivos. Lembremos que a comunidade acadêmica de uma cidade (alunos, professores, funcionários, egressos) é uma de suas maiores populações, se não a maior. Afinal, boa parte está ou já terá passado por uma escola no município.

O que fazer

- A produção deve ligar para as escolas, colocando-se ao seu dispor. Deve-se alertar que, devido às limitações técnicas e de tempo, nem sempre poderão atender, mas que a TVE têm-nas como prioridade. Pode-se começar com as escolas mais próximas à TVE, tanto por uma questão de comodidade no deslocamento das equipes, como para compreender a demanda das escolas com a emissora.
- Oriente a produção da TVE para dar prioridade aos assuntos das escolas e, mesmo que não possa atender de imediato, dar retorno, solicitando

que permaneçam em contato e que enviem novas sugestões de pauta.

- Cobertura tradicional para se colocar no telejornal e outros programas, atraindo a comunidade escolar para a grade da TVE.

- Entregue o microfone para uma ou mais crianças, das mais desinibidas, para que elas possam ir apresentando a escola e seus eventos, o que vai dar um ar mais espontâneo e tirar a sisudez da reportagem tradicional.

- Lembrem-se: criança sempre atrai audiência, quando está espontânea. Peça que a escola ajude na seleção dos repórteres mirins.

Faça chamadas nos intervalos, anunciando quaisquer que sejam as opções. Crianças e jovens são afeitos ao suspense e criam grande expectativa, envolvendo, nessa ansiedade, também os adultos.

Resultados Esperados

Com o tempo, as próprias escolas vão se tornando próximas à TVE e os educadores vão acompanhar os telejornais e demais programas para ver se veem as demais escolas. Com isso, também terão contato com a grade da emissora, encontrando nela uma importante fonte de informação. Como se trata de uma população significativa, espera-se também o aumento da audiência.

#DICA

Faça das coberturas das Escolas um diferencial da TVE.

Oficina de Reportagem para TV



Gênero

Telejornalismo

O que é

Desenvolver uma oficina onde se ensine aos jovens a produzirem uma reportagem para televisão.

Público

Em especial, alunos da escola que possam realizar a tarefa em conjunto com atividades de disciplinas regulares. A princípio, o Português é a mais tradicional, por tratar das diferentes linguagens, inclusive a audiovisual. No entanto, nada impede que outras temáticas, como História, Geografia, ou mesmo Ciências e Matemática possam ser retratadas pelos estudantes. Portanto, outro público especial são os professores, que são fundamentais no engajamento. Para a audiência da TVE, será uma reportagem diferenciada por partir do ponto de vista dos estudantes, e de uma reflexão educativa. Tal olhar crítico geralmente é inexistente nas coberturas jornalísticas tradicionais.

O que fazer

● Fazer um curso rápido, dentro da TVE ou nas Escolas, ensinando os estudantes a:

- como montar uma pauta;
- como conseguir informações;
- como entrevistar (fazer sonoras);
- como fazer externas captando imagens e sonoras;
- como montar um roteiro de edição;
- como editar em softwares;
- como finalizar a reportagem.

Os cursos podem ser adaptados, conforme os recursos da TVE e da escola. Pode-se fazer todo o processo descrito acima ou apenas partes. Por exemplo, pauta, entrevistas e roteiro, deixando para o corpo técnico da emissora as demais etapas.

- Existem, na Internet, diversos modelos de oficinas de produção audiovisual, tanto de instituições públicas, como o MEC, como de ONGs. Pesquise e veja a que melhor se adapta aos recursos da TVE. Ou crie a sua própria.
- As reportagens resultantes podem ser exibidas nos telejornais e em outros programas da TVE, permanente ou ocasionalmente, dentro da programação ou em quadros.
- Pode-se criar um programa específico para a exibição e, nesse caso, abrir para apresentações pelas crianças e jovens e/ou professores, incluindo comentários e entrevistas, em estúdio ou em locações externas, sobre as temáticas abordadas e/ou o processo de criação das reportagens.

Resultados Esperados:

Como as crianças vão envolver a escola e seus parentes para assistir, trará audiência e proximidade para a TVE. Quando a comunidade educacional sente-se prestigiada, costuma responder com atenção e disseminação das experiências, dado que são dois pilares da Educação.

Além disso, também gerará material audiovisual de grande atratividade, em um formato inusitado, dando à TVE um diferencial.

#DICA

Como é um projeto que demanda tempo e recursos, recomenda-se iniciar com apenas uma escola em uma determinada turma e que tenha um(a) professor(a) que acredite na proposta. Vá ampliando, se possível, à medida que for adquirindo experiência.

Oficina de Telejornal



JTVE

Gênero

Telejornalismo

O que é

Desenvolver um telejornal com a comunidade escolar.

Público

Além do público descrito na atividade de Oficina de Telejornalismo, toda a comunidade escolar agora é envolvida. O telespectador em geral será beneficiado também com notícias audiovisuais de uma instituição das mais importantes da sua sociedade, algo que não terá em lugar algum.

O que fazer

● Faça um curso rápido, dentro da TVE ou nas Escolas, ensinando os estudantes:

- Como fazer uma reportagem (**página 14**);
- Como planejar um telejornal;
- Como fazer um espelho de telejornal;
- Como escrever cabeças de notícias e notas;
- Como apresentar;
- Como editar.

● Os cursos podem ser adaptados, conforme os recursos da TVE e da escola. Para as reportagens, veja a proposta de oficina (**página 14**).

A gravação das cabeças pode ser em estúdio ou em externas, conforme a disponibilidade de recursos da TVE.

● O telejornal pode ser exibido, permanente ou ocasionalmente, dentro da programação da TVE, mas também se recomenda que seja exibido em destaque dentro da escola, no auditório ou em um telão.

● É importante primar pela qualidade técnica do telejornal. Não se espera que ela seja impecável, mas também não pode ter um aspecto amador, descuidado, pois colocaria a produção em comparações injustas com os demais programas da TVE, trazendo um aspecto de inferioridade que não

ajudaria na proposta pedagógica.

Resultados Esperados:

Um telejornal produzido por crianças e jovens, com a chancela da escola, terá um alto apelo emocional para a comunidade escolar, que se reunirá à frente da TV para ver seus estudantes e o resultado institucional da sua atuação pedagógica.

Além disso, irá também gerar material audiovisual de grande atratividade, em um formato inusitado, dando à TVE um diferencial.

#DICA

Os telejornais podem ser gravados em CD ou pen-drives e distribuídos aos estudantes e professores que participaram do projeto como lembrança, para que possam assistir em casa e em outros ambientes. Deve-se fazer um belo acabamento (capa, adesivos) para transformar a produção em algo tangível e com design atrativo. Tal produto, pela importância que será dada pelos professores, estudantes e pais/responsáveis, também tem apelo promocional, comportando patrocínios de empresas interessadas nesse público.

Documentário pela História Oral



Gênero

Documentário/Telejornal

O que é

Depoimentos sobre a história da cidade/bairros.

Público

Todos gostam de escutar histórias. Se elas são carregadas de elementos próximos, ainda melhor. Contadas por pessoas simples, sem intencionalidades políticas, de maneira espontânea, relembram identidades e memórias emotivas de cada um. Mas também historiadores e professores da área podem se interessar na reprodução do material para estudos próprios ou mesmo para exibição em ambientes como eventos acadêmicos, museus e salas de aula, ilustrando a história do lugar com as personagens que a viveram.

O que fazer

- Estabeleça uma parceria com os professores que utilizam a História Oral como conteúdo e/ou metodologia na escola.
- Estabeleça uma área de atuação: escola, bairro, cidade, região.
- Selecione, com o professor e os alunos, pessoas que possam contar sobre a história da área escolhida. Importante valorizar as pessoas mais velhas, que estejam ligadas ao local e não sejam algum tipo de 'autoridade' (vereadores, secretários, políticos em geral), embora possam ser muito conhecidas na localidade.
- Faça um roteiro em sala de aula sobre o que perguntar, mas sem muita rigidez.
- Ensine as noções básicas de gravação: usar o microfone, enquadramento de câmera, posição e iluminação.
- Existem, na Internet, diversos modelos de oficinas de produção audiovisual, tanto de instituições públicas, como o MEC, como de ONGs. Pesquise e veja o que melhor se adapta aos recursos da TVE. Ou crie a

sua própria.

- Os depoimentos podem compor reportagens nos telejornais e outros programas da TVE, permanente ou ocasionalmente, dentro da programação ou em quadros.

- Pode-se criar um programa específico para a exibição e, nesse caso, abrir para apresentações pelas crianças e jovens e/ou professores, incluindo comentários e entrevistas, em estúdio ou em locações externas, dos depoimentos e outras informações sobre a história contada.

Faça uma programação desde o início: um número determinado de depoimentos editados e exibidos, sobre uma área específica. Essa será a primeira temporada. Depois, parta para a segunda, estabelecendo o número de depoimentos. Mude as áreas.

Resultados Esperados

Em primeiro lugar, é o registro vivo da história da cidade. À medida que for ampliando a quantidade de depoimentos, o valor histórico do material vai crescendo e pode-se, inclusive, fazer associações com os museus da cidade para guarda de cópias e exposições.

Os jovens também irão aprender a importância dos registros e sua capacidade de fazê-los. Uma vez sendo exibido em uma TV, amplia-se o impacto e, conseqüentemente, a extensão do orgulho da produção pelos alunos e escola, incentivada a chamar a comunidade educacional para a audiência, associando também a emissora a uma atividade educativa e histórica.

É também um material inédito, um material audiovisual de grande atratividade, em um formato inusitado, dando à TVE um diferencial.

#DICA

Com um determinado volume de programas, crie um box com DVDs ou pen-drive para ser doado às escolas, museus, bibliotecas, ou mesmo dado como brinde para autoridades, telespectadores escolhidos, em promoções da emissora. É o registro vivo da história da comunidade e, portanto, tem grande valor, podendo, inclusive, ter patrocinadores.

Programa Infantil



Gênero

Infantil

O que é

Um programa infantil local, feito pela TVE com as crianças.

Público

Crianças da cidade e seus pais e responsáveis. Programas infantis sempre atraem audiência. Não é à toa que os canais pagos para crianças são os mais assistidos. Como as TVs tradicionais abrem mão em grande parte desse tipo de programação, há uma demanda muito grande de programas voltados para esse público.

O que fazer

- Invente um programa infantil local. Ele pode utilizar uma ou mais das opções em seguida:
 - Um programa de “auditório”, com apresentador chamando atrações, feito dentro do estúdio ou gravado na escola.
 - Uma revista eletrônica com a coletânea de produções audiovisuais das experiências que estão ao longo dessa publicação, colocando um apresentador mirim para chamar as atrações.
 - Um telejornal voltado para as crianças, com as reportagens que, porventura, elas tenham produzido nas atividades da **pág. 14**.
 - Enquetes curtas com contadores de história da região, com ou sem marionetes como coadjuvantes, usando artistas locais.
 - Programa de entrevista feito por crianças com pessoas e/ou autoridades da escola e/ou região.
 - Estabeleça as diretrizes do programa junto com a direção da escola, de acordo com os recursos da TVE e da própria instituição de ensino.
- Preveja várias interações: responda cartinhas e mostre desenhos de outras crianças que não são do programa, de professores e de personalidades.

Se possível, coloque bonecos manipulados. Podem-se fazer parcerias com artistas da região, que terão a contrapartida de se tornarem conhecidos.

- Não se preocupe com o tamanho do programa. Pode começar com interprogramas de um minuto e ir crescendo para 15' e depois 30'. O importante é fazer um planejamento que seja viável para todos.
- Aproveite para fazer um cenário bem criativo, com material reciclado, com ajuda da comunidade escolar. Convide artistas da região para ajudar. Músicos locais também sempre são bem-vindos para tocar e cantar.

Resultados Esperados

Assistir crianças na TV é prazeroso, nostálgico e emocionante e atrai também os adultos. Se feito por crianças da região, que a audiência possa reconhecer, ou pelo menos pensar que estão muito próximas, o programa ganha um aspecto social e atrativo grande, dado o envolvimento da comunidade.

#DICA

Procure patrocínio. Programas infantis locais costumam ser mais atrativos aos investidores, dada a comoção envolvida.

Programa comunitário nos bairros

Gênero

Variedades



O que é

Uma revista eletrônica sobre um dos bairros da cidade.

Público

Telespectador em geral, mas mais especificamente moradores dos bairros retratados.

O que fazer

- Marque uma reunião na escola com representantes comunitários daquela região, explique o projeto e solicite o elenco de algumas temáticas que eles gostariam de ver abordadas na produção.
- Perceba se, entre os presentes, haveria alguém (ou mais de um) com a possibilidade de ser o 'repórter' de algumas das reportagens.
- Posteriormente, um grupo selecionado da escola desenvolverá a pauta das reportagens junto à equipe da TVE, vendo abordagens interessantes e fazendo o cronograma de produção.
- Existem, na Internet, diversos modelos de oficinas de produção audiovisual, tanto de instituições públicas, como o MEC, como de ONGs. Pesquise e veja o que melhor se adapta aos recursos da TVE.
- As produções podem compor reportagens nos telejornais e outros programas da TVE, permanente ou ocasionalmente, dentro da programação ou em quadros.
- Pode-se criar um programa específico para a exibição e, nesse caso, pode ser uma série de episódios que, de pouco em pouco, vai registrando a história e mapeando o município.
- É importante não abrir mão da qualidade técnica mínima, para que não tenha uma comparação injusta com os demais programas.

Resultados Esperados

Como será produzido com a “cara” e os anseios daquela comunidade, a audiência tende a ser grande no dia da exibição. Com isso, muitas pessoas que não conhecem, ou não têm o hábito de assistir à programação, terão um contato inicial marcado pela emoção de se ver ou ver seus amigos e vizinhos na TV. Aliás, a prioridade inicial de escolha de bairros pode ser justamente aqueles onde há baixa interação com a TV.

A escola, por sua vez, fará seu papel de intermediação com a sociedade e será vista como uma espécie de embaixada da localidade, inclusive em outras demandas junto à emissora, aumentando-lhe a importância e aproximando a comunidade escolar da TVE.

#DICA

Para que o programa tenha uma cara de revista eletrônica, é importante ter uma variedade de quadros: ter reportagens curtas tradicionais, entrevistas com autoridades conduzidas por alunos e/ou professores, história oral dos moradores mais antigos, contando casos da região, notícias esportivas e, se possível, até esquetes teatrais com humor ou suspense, ilustrando lendas e histórias do bairro.

Programa de entrevista com educadores

Gênero

Entrevista



O que é

Talk-show com Educadores.

Público

Telespectadores em geral, já que a educação é um tema comum a todos, sejam pais e responsáveis, sejam professores, estudantes, profissionais e empresários locais.

O que fazer

- Produza o mais comum dos programas de TVEs: um programa de entrevista.
- Planeje um cenário com local para o mediador e cadeira(s) para entrevistado(s).
- Levante junto às escolas as temáticas a serem abordadas que estejam mais em discussão, ou em relevância, dentro das instituições de ensino.
- Elenque nomes de educadores das próprias escolas que poderão falar com propriedade sobre as temáticas.
- O programa pode ser de entrevista única, com um especialista, sendo entrevistado sobre o tema, ou de debate, com vários educadores falando de pontos de vista diferentes.
- É importante a variedade de entrevistados, não se restringindo somente a professores, mas trazendo estudantes, gestores educacionais, equipe técnico-pedagógica das escolas.
- Fundamental que tenha uma periodicidade regular e constante para que a audiência acostume-se ao debate da Educação pela TV e passe a esperar – e a contribuir – com o programa.

Resultados Esperados

Programas de entrevista são uma constante na TV brasileira e o primeiro resultado é uma aceitação imediata no formato. Por outro lado, a Educação e os educadores não são priorizados na TV, o que causará um diferencial.

Com um programa constante, no qual se verão, e a seus colegas e estudantes, os educadores começam a se apropriar da linguagem televisiva, dando entrevistas e editando suas próprias falas, ficando mais à vontade e, com isso, atraindo, pela leveza, os telespectadores.

Além disso, um programa específico sobre Educação credencia a TV como educativa também por opção, já que as demais emissoras raramente o fazem. O programa, além de seu potencial de audiência, servirá também como um ponto de encontro entre a TV e as escolas, dado que precisarão estar em constante contato. Com isso, as distâncias diminuem e a própria escola sentir-se-á mais privilegiada e presente no cotidiano da TV.

#DICA

Envolver estudantes de todas as idades. Eles podem estar no estúdio, acompanhando a entrevista, ou enviar mensagens via vídeo (até do seu próprio celular) com perguntas e opiniões.

Eventos esportivos estudantis



Gênero

Esporte

O que é

Transmissão de jogos de estudantes.

Público

O esporte é um grande atrativo da audiência em geral. Poder-se-há reconhecer os atletas, as instituições às quais as equipes estão ligadas (escolas, grêmios, clubes). O atrativo é ainda maior, agregando-se a inevitável torcida. Certamente, o maior público será das comunidades que estiverem disputando os jogos, que, geralmente, nunca são pequenas, dado o número de atletas e pessoas envolvidas em um torneio.

O que fazer

- Por ter uma logística de pessoal e equipamento complicada, propõe-se, inicialmente, a gravação de uma partida entre escolas. Não há problema em transmitir uma gravação, mesmo que as pessoas saibam do resultado. O importante é que a experiência de ver a partida é diferente daquela de saber sobre ela.
- Se a TV tiver equipamentos para transmissão ao vivo, ainda melhor.
- Pode-se convidar os desportistas e os locutores de rádio para participarem como parceiros, oferecendo narradores e comentaristas, caso a emissora não tenha.
- Agregue educadores e estudantes para participarem também dos comentários, dando um diferencial das transmissões de esporte tradicionais.
- Não despreze esportes que não são tradicionais. Transmitir um jogo entre escolas, ou com a participação de estudantes em algum torneio, mesmo que de handebol ou polo aquático, irá atrair não pelo esporte em si, mas pelos atletas e instituições participantes, trazendo a torcida, independente da modalidade. Alguns esportes, inclusive, facilitam as

gravações e transmissões, podendo ser usadas uma ou duas câmeras.

- Abasteça os demais programas da casa, em especial os de telejornalismo, com as imagens produzidas.

- Faça chamadas nos intervalos com muita frequência, criando um clima esportivo. Quando se trata de esportes, ainda mais se envolvem conhecidos e a própria região, todos são afeitos ao suspense e criam grande expectativa.

Procure patrocinadores. Como se sabe, eventos esportivos costumam ter mais investidores na TV brasileira.

Resultados Esperados

Esportes são um dos gêneros mais populares da TV brasileira. A audiência reconhece o formato rapidamente, gerando identificação, que será ainda mais ampliada com a participação de atletas da cidade, muitos deles (re)conhecidos pelos telespectadores. Ao levar o esporte local, e o estudantil que é ainda mais próximo, ao telespectador, cria-se um laço de proximidade que o levará também a prestar mais atenção no restante da grade, ainda mais se o resultado do evento esportivo tiver repercussão nos demais programas. Funcionou bem com as tradicionais TVs do Brasil!

A TV também terá agregada a sua própria imagem à valorização do local, à ousadia e à criatividade, diferenciais não explorados pelas grandes emissoras.

#DICA

De fato, é uma atividade que requer muito planejamento e distribuição de tarefas, mas é perfeitamente viável com um número limitado de equipes e câmeras. Não é para transmitir um jogo de Copa do Mundo, mas para levar aos telespectadores algo que, sem a TV, eles não poderiam visualizar. É importante fazer com qualidade técnica, mas o referencial devem ser as capacidades da TV, e não o Padrão Global. Fazer com cuidado e esmero, mesmo que com uma ou duas câmeras, será mais do que suficiente.

Contação de Histórias



Gênero

Interprograma

O que é

Um pequeno vídeo, transmitido nos intervalos, com pequenas histórias contadas por professores e estudantes. Tais histórias podem privilegiar as histórias da própria cidade, como as lendas urbanas, ou contos que são também usados nas escolas para fins pedagógicos.

Público

Audiência em geral, já que todos gostam de uma boa história. Especialmente a comunidade escolar.

O que fazer

- Estabeleça com a escola quais as histórias deverão ser contadas. É importante lembrar que devem ser curtas, não ultrapassando dois minutos.
- Selecione um ou mais contadores de histórias. Podem ser pessoas que já façam isso na cidade, ou treinar educadores e estudantes para a tarefa.
- Não é necessária uma produção sofisticada. Uma poltrona em um pequeno cenário, uma cena só com o conto, já é o bastante. Caprichar, então, nas vinhetas de entrada e saída, assim como na trilha sonora.
- Tenha um bom volume de contos. Nada é pior do que uma repetição cansativa da mesma história. Pode gravar uma boa sequência, distribuindo pela programação, mas com a preocupação de não repetir demais.

Resultados Esperados

Emissoras educativas têm dificuldades em preencher seus intervalos. Projetos como este, além de ajudar nesse problema, qualificam esse espaço e seguram a audiência para os demais vídeos. Já as escolas e sua comunidade encontrarão, nesse espaço alternativo, mais uma oportunidade de se verem e serem vistas, em um lugar geralmente

reservado à publicidade e vídeos estranhos à cidade. É, portanto, mais uma ocupação de lugar antes renegado e, como tal, ajuda a entender e apreciar os gestos de aproximação entre a TVE e a escola.

#DICA

Que tal lançar um DVD com os contos? Podem ser distribuídos em escolas e dados como brindes, levando a marca da TV para dentro das casas e instituições de ensino de forma permanente e positiva.

Agenda Cultural Escolar



Gênero

Interprograma

O que é

Uma chamada, em forma de agenda, das atividades que as escolas estarão realizando durante a semana ou no fim de semana, dentro dos intervalos da programação da TVE.

Público

Audiência em geral, mais especificamente a comunidade escolar.

O que fazer

- É um programa simples: uma tela, ou um apresentador, que elenca as atividades que as escolas estarão promovendo: cineclubes, palestras, cursos, reuniões com a comunidade, eventos esportivos, com uma duração de, no máximo, 90 segundos.
- Semanalmente, a produção da TVE recebe das escolas as atividades que acontecerão em um determinado período (que é bom que se estabeleça previamente). Escreva o roteiro a ser exibido ou falado.
- Exiba nos intervalos da programação, em dois dias específicos, com cuidado com as repetições. Pode ser na segunda e terça, se for enfatizar as atividades da semana; ou quinta e sexta, se for as do fim de semana.

Resultados Esperados

Agendas culturais são também uma tradição das emissoras de TV locais, dado que são importantes referências para a audiência na escolha de suas atividades. O que se propõe é o mesmo modelo, mas direcionado para a comunidade escolar. Com tal produção, estudantes e educadores sentir-se-ão privilegiados e especiais para a TV, reforçando o seu caráter educativo.

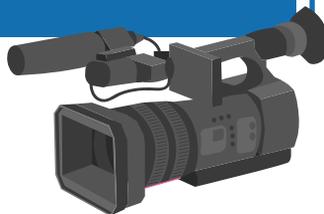
No princípio, a produção da TV terá que correr atrás das escolas que, desconfiadas, darão as informações aos poucos. Mas, à medida que forem

vendo suas próprias programações, assim como a das demais escolas, irão adquirindo a confiança de que aquela iniciativa é boa e coerente com a proposta da TVE e, naturalmente, vão enviar as informações cotidianamente. Tal gesto significará a aproximação mais definitiva com a emissora e, a partir daí, outros projetos ficarão ainda mais fáceis de serem implantados.

#DICA

A agenda também poderá alimentar outros programas, repercutindo por toda a grade.

Visitas à emissora



Gênero

Visita técnica

O que é

Agendamento de visitas direcionadas a estudantes na TV. Alunos e educadores passeiam pela emissora, de forma orientada e explicativa, em que será mostrado como ela funciona, como são feitos os programas e apresentada a estrutura da emissora

Público

Estudantes das escolas locais, com seus educadores. O aparato técnico da TV, assim como a aura de magia e deslumbramento que envolve a produção televisiva, costuma entusiasmar os estudantes, de todas as idades, mas ainda mais as crianças menores. É um grande passeio e uma ótima aventura para eles.

O que fazer

- Ao fazerem os contatos com as escolas, convidem para agendarem uma visita à emissora. É importante o agendamento prévio, em horários compatíveis com a produção cotidiana, para não tumultuar qualquer desenvolvimento de um programa.
- Estabeleça um ou dois membros da equipe, aqueles com mais desenvoltura e trato com crianças e jovens, para construir um roteiro de visita pela emissora, principalmente o que dizer sobre cada área, de forma entusiasmada, mas também bem informativa.
- É importante, no roteiro, que, em algum momento, se fale da importância da imagem. Tal fala pode estar em consonância com o professor visitante e, tem como objetivo, fazer uma ligação com o que se estuda na escola, não deixando que a visita seja apenas um passeio e criando um aspecto pedagógico.
- Avise à equipe da visita prévia, para que não sejam pegos de surpresa com um monte de crianças em cima de seu trabalho. Incentive que

separem trabalhos pequenos em cada área para que possam mostrar o que fazem.

- Se possível, faça os estudantes experimentarem algumas atividades: colocarem-se no estúdio e verem sua imagem no retorno; brincarem com o cromakey e teleprompter, segurarem o microfone diante da câmera, sentarem nas cadeiras dos cenários. São pequenos momentos que dão grande repercussão entre as crianças e os jovens, gerando fotos que vão parar nas redes sociais, levando a imagem positiva da TV junto.
- Faça uma cobertura jornalística da visita. Mostre à sua audiência seu papel social e crianças encantadas com tecnologia sempre dão boas imagens.

Resultados Esperados

Visitas técnicas aproximam as instituições. É como receber pessoas em nossa casa: a relação tende a ficar mais próxima e encaramos estar em outro patamar de intimidade. A ideia de portas abertas deixa de ser apenas uma possibilidade de retórica para se concretizar. Nesse sentido, a escola sentir-se-á mais à vontade com a TV, e essa relação naturalmente poderá se estender em outros aspectos. Além disso, a memória da criança e do jovem, quando impactadas pelo encantamento, costuma ser uma ótima propaganda.

#DICA

Havendo recursos, dê um pequeno brinde para que as crianças levem para casa um pouco da TV, para que mostrem aos adultos sua experiência e tenham oportunidade de falar da emissora. Pode ser algo muito simples, como uma caneta com o logotipo da TV. O importante é que saiam nas mãos com algo tangível e que esse objeto possa servir como lembrança e perpetuação da nova relação deles com a emissora.

Cursos de Formação de Professores

Gênero

Educativo

O que é

Há diversos cursos de formação de professores acontecendo pelo país. Alguns em nível nacional, outros estaduais. Raramente há projetos em nível municipal, o que cria uma oportunidade de se estabelecer tal projeto junto à Secretaria de Educação. Há também a possibilidade de treinamento para docentes de escolas privadas.

Público

Prefeitura, escolas, professores do Ensino Básico, educadores em geral, estudantes de licenciaturas e de pedagogias.

O que fazer

- Estabeleça uma parceria com poderes executivos, respondendo a editais, como o Pacto Nacional pela Alfabetização na Idade Certa (PNAIC) do MEC, ou negociando diretamente com a secretaria da educação de sua cidade.
- Faça uma pesquisa junto aos dirigentes das escolas para entender a demanda de possíveis treinamentos.
- Faça um levantamento sobre espaços e horários para ministrar cursos e/ou a escolha da Educação a Distância (EaD) como opção.
- Selecione professores para planejar as aulas, a partir dos temas demandados.
- Planeje o cronograma de atividades: serão cursos presenciais? Terão vídeos educativos como EaD? Esses vídeos podem ter formatos para serem exibidos também na grade de programação, como o Telecurso?

Apresentação de professores nas suas escolas e seminários sobre alguns resultados do curso em questão.



Resultados Esperados

Aperfeiçoamento dos professores da cidade e, conseqüentemente, do desenvolvimento local educativo. Tal iniciativa também poderá agregar à imagem da TVE um aspecto de produtora educativa que uma emissora de TV geralmente não tem, por estar associada apenas à transmissão. Além disso, a presença dos professores na TV aproxima a comunidade acadêmica, percebendo-a mais do que uma mera reprodutora de informações. E a produção de material de EaD poderá também ser uma nova fonte de renda.

#DICA

“A diversidade desses cursos é imensa, mas todos têm em comum a educação básica com preocupação centrada nos professores. É possível extrair muitas informações, narrativas e histórias complexas das pessoas envolvidas nesses cursos”, Samuel Rocha de Oliveira, da RTV Unicamp.



The background image shows a person's hand pointing to a document titled 'Summary report'. The document contains several charts: a pie chart labeled 'America' with segments for Product 1 (20%), Product 2 (25%), and Product 3 (30%); a bar chart; and a radar chart with four axes labeled Product 1, Product 2, Product 3, and Product 4. The radar chart has a scale from 0 to 100. The overall scene is set against a warm, orange-toned background with a laptop and other papers visible.

MEDINDO O SUCESSO!

Como identificar os seus resultados



MENSURE SEUS RESULTADOS

Tão mais importante do que realizar os projetos com as Escolas, é medir o sucesso da iniciativa.

Dar resultados em números é fundamental para:

- Medir se os resultados foram alcançados;
- Fazer reajustes no projeto;
- Conseguir patrocinadores;
- Relatar as atividades educativas à mantenedora da TVE;
- Solicitar complementação orçamentária;
- Produzir releases para a imprensa local e especializada nacional, dando visibilidade à emissora.

Algumas sugestões para mediar os resultados:

Faça uma pequena pesquisa, informal, antes do início dos projetos, de quantas pessoas na escola assistem a determinado programa ou à programação em geral. Pergunte a, pelo menos, trinta pessoas, entre professores e funcionários. Após o início, repita a mesma pesquisa e veja se houve diferença.

São apenas duas perguntas:

1. Você assiste a (nome da TV)?
2. Com que frequência?



Pode-se agregar também a pergunta “Qual programa costuma assistir?”.

Não faça perguntas no mesmo momento e nem questionários muito longos.

- ▶ Vá fazendo comparativos entre datas alternadas, antes e depois do início dos projetos, e também com outras escolas.
- ▶ Se você tiver acesso aos e-mails dos funcionários e professores, oferecidos pelas Escolas ou secretarias municipais de ensino, pode fazer a pesquisa sem sair da emissora! É só fazer com ferramentas da internet,

como o Formulários Google (faça uma busca por “criar uma pesquisa usando Formulários Google”). Há também sites especializados, com alternativas gratuitas, como SurveyMonkey. O resultado já vem com os gráficos, prontos para serem mostrados em reuniões com a Escola, com a sua equipe, com patrocinadores e com a mantenedora!

- ▶▶ No caso de concursos e promoções, meça quantos participaram. Estabeleça metas para que, a cada edição, aumente o número de votantes.
- ▶▶ Antes do projeto, faça um levantamento de quantas ligações, e-mails mensagens das escolas locais a TVE recebia por mês. Após o início do projeto, continue fazendo o levantamento e estabeleça uma meta de quantas ligações a emissora gostaria de receber das escolas.
- ▶ É importante também registrar as ligações, e-mails e mensagens de telespectadores (em especial, dos pais). Mas é importante fazer a separação dos números resultantes dos projetos com as escolas e os demais. Afinal, a TV é educativa e esses dados mostraram o diferencial.
- ▶ Comece a mensurar o número de ligações, e-mails e demais formas de interação que a TVE recebe por mês. A comunidade educacional gosta de participar, dando sugestões, fazendo críticas e comentários.



Faça da mensuração um hábito! Ter sempre números para comparar ajuda no incentivo à equipe, na obtenção de recursos e no planejamento da emissora.

COMO FAZER UMA BREVE PESQUISA DE AUDIÊNCIA

01 Procure saber qual a população da sua cidade. Esse é um dado relativamente fácil de conseguir, mas é preciso confiabilidade. Use os dados mais recentes do IBGE.
Acesse: <http://cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>

02 Separe o número de população urbana da rural. No site do IBGE, na opção Infográficos, no Tema “População”, dá para fazer isso. Se não conseguir, tente estimar qual é a porcentagem da população que vive na cidade, pois será com esse público que você fará a pesquisa.

03 Pegue um mapa da cidade e veja se ela já é dividida em regiões (norte/sul/leste/oeste/centro). Se não for, você mesmo pode dividir ou pedir ajuda de alguém da prefeitura ou da universidade local. Tente dividir as regiões conforme a ocupação. Tipo, 25% vivem na região norte, 25% no oeste, 10% no leste, 40% no centro. Guarde esses números, serão importantes daqui a pouco. Divida a cidade no mínimo em três e, no máximo, cinco regiões. Será estimativo, mas já se terá uma boa ideia.

04 Identifique os bairros mais importantes dessas regiões.

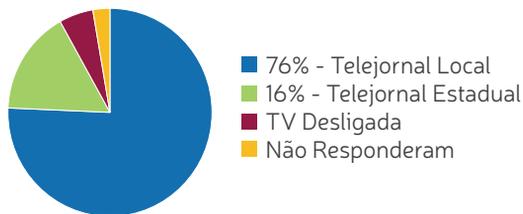
05 Busque uma lista telefônica da cidade. Pode ser das tradicionais, ou online ou cadastros de entidades como associação comercial ou clube de lojistas. Atenção, é preciso que seja de telefones fixos.

06 Pois é isso, a equipe liga para a casa das pessoas no momento em que estiver passando a sua produção local. É importante que, no princípio, não se identifique como da TV, para não induzir o pesquisado, exceto se ele perguntar.

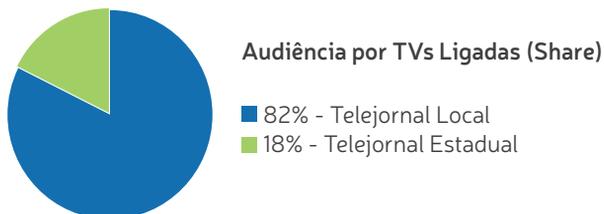
07 Faça o Seguinte Diálogo:



08 Compute os dados, eles podem gerar gráficos assim:



Os dados podem se desdobrar:



09 Pode-se fazer mais perguntas, mas limitaria o número de ligações e outras questões podem ser respondidas em outro tipo de pesquisa, como os formulários via e-mail.

10 É importante que faça as ligações proporcionalmente à população da região. Por isso o item três: usando o exemplo de lá, para cada 100 ligações, 25 têm que ser para bairros da região norte, 25 para região oeste (ambos com 25% da população), 10 para bairros na região leste (10%), 40 para o centro (40%). Caso o número de ligações seja muito elevado para a sua estrutura, faça menos ligações, mas respeitando a proporcionalidade.

11 Esse tipo de pesquisa é apenas um levantamento informal e não passa por todos os critérios das pesquisas tradicionais. Daí, é ético e importante que, ao divulgar os números, se coloque o número de ligações feitas e quando elas aconteceram: “foram realizadas 100 ligações entre os dias 8 e 9 de setembro de 2016, nos horários entre 19 e 20 horas e o resultado diz respeito apenas ao universo pesquisado”. Mesmo não obedecendo todas as formalidades de uma pesquisa de audiência clássica, ainda assim terá um bom número que dará à TV uma referência estatística.

12 Caso tenha dificuldades em ligar para várias regiões da cidade, concentre-se naquela com a maior população. Só não esqueça de colocar nas referências da pesquisa: “foram realizadas 30 ligações entre os dias 8 e 9 de setembro de 2016, nos horários entre 19 e 20 horas, **para a região central da cidade**”.

13 É possível fazer para números de celulares e smartphones. Mas, para funcionar, a primeira pergunta é “você está em casa?”. Somente com a resposta afirmativa, deve-se continuar a pesquisa. Se não, agradeça. O levantamento é de televisões ligadas em domicílios.

ATENÇÃO

Não se preocupe com números aparentemente baixos. Mesmo quando o seu programa der apenas 10% de audiência, em uma cidade com 25 mil habitantes isso representaria 2.500 pessoas assistindo! Provavelmente mais pessoas do que um ginásio ou teatro da cidade comporta. Valorize os números e estabeleça metas para ir mantendo ou superando. Divida os resultados com sua equipe, cobre e comemore junto com eles.

#DICA

Melhor ainda! Faça uma permuta com um instituto de pesquisa da cidade. Eles fazem a pesquisa de audiência para vocês e vocês divulgam, tanto a propaganda deles, como os resultados das pesquisas que eles fazem.

OUTRAS IDEIAS

O mais difícil de se fazer em uma TV é o seu conteúdo. Feito isso, são inúmeras as maneiras de se ganhar visibilidade. Vejamos algumas:

Não deixe de colocar os vídeos também na internet. Vale um canal especial no **YouTube** e outros, como o **Vimeo**, além de sites de redes sociais como o **Facebook** e o **SnapChat**, fotos no **Instagram**, links no **Twitter** e, certamente, o site da própria TVE, se houver. Claro, isso demanda gente e tempo para isso, e faça apenas se der conta de dar continuidade. Colocar uma vez e abandonar a mídia causa uma impressão muito ruim. Portanto, se não der conta de tudo, faça apenas aquilo que puder manter com regularidade. Já será muito!

Produza materiais tangíveis para serem distribuídos nas escolas, para pais e responsáveis, para patrocinadores e mantenedora: copie as produções em CDs e distribua. Os CDs são muito baratos de serem copiados, podem ser feitos na própria emissora ou terceirizados a custo baixo e, fazendo uma capinha bonita, faz um produto ficar bem legal para dar como brinde. Pen drives estão também ficando mais em conta. Impressos que contêm sobre os projetos também têm grande apelo, pois a escolas, estudantes e pais guardam como lembrança. Um **kit com os impressos e os CDs/Pen Drive** dá um impacto positivo para patrocinadores e mantenedora.

Faça trabalhos, convênios, abra vagas para estágios remunerados ou voluntários, com as instituições de ensino superior da cidade. Não precisa ser, necessariamente, somente com os cursos de comunicação. Qualquer curso pode dar contribuições importantes: história, licenciaturas, áreas da saúde, economia, direito. Todos podem ajudar com informações, dicas para a população sobre suas respectivas áreas e seus estudantes podem ser treinados para usarem a linguagem televisiva, inclusive desenvolvendo programas próprios.



Cláudio Márcio Magalhães é jornalista, professor e pesquisador. Doutor em Educação e mestre em Comunicação Social, com pesquisas sobre televisão e criança. Fundador, vice-presidente (2000-2007) e presidente (2007-2012) da ABTU, é editor da revista acadêmica da entidade desde 2013. Sócio da Estudar - Acompanhamento Educacional e Consultor em Transmídia da D&J Tecnologia Social e Educacional. Professor orientador do Programa de Pós Graduação em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local e do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário UNA. Autor dos livros *Os programas infantis da TV: teoria e prática para entender a televisão feita para as crianças*, *Manual para uma televisão universitária* e *TV Universitária e sustentabilidade*.

Desde que foi atropelada, há quase 30 anos, pelo conceito de TV Pública - cunhado para contornar a presumida "chatice" dos conteúdos educativos, trocá-los pelos de entretenimento e atrair patrocínio privado para as emissoras estatais, sob governos desinteressados de mantê-las com recursos públicos - a TV Educativa vive em permanente crise de identidade.

Do ponto de vista legal, é apenas ela que existe, junto com a TV comercial, posto que nenhum código no ordenamento jurídico brasileiro tipifica a TV Pública, que pode ser muitas coisas, não necessariamente pedagógicas ou formadoras. No entanto, a missão educativa da televisão não-comercial declinou e até definiu, na maioria das emissoras desse campo, embora 100% delas ainda acredite fazer educação, como demonstram os estudos de Cláudio Márcio Magalhães e sua equipe.

Um caminho possível de recuperação e fortalecimento da Televisão Educativa é justamente o esboçado neste livro: o do aprofundamento da relação entre emissoras e escolas. Ou, mais amplamente, o de uma articulação mais intensa, mais estrutural, entre TVEs e o setor educacional, as ideias pedagógicas, os grandes debates da área. Acredito nesse caminho e louvo as obras como esta, que contribuem para que a escola conheça melhor a televisão e saiba como usá-la.

Gabriel Priolli

A P O I O

una


FAPEMIG


ABTU
Associação Brasileira
de Televisão Universitária