

A COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO NA TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA:

reflexões e contribuições iniciais ao contexto brasileiro

Regina Célia Baptista Belluzzo*
Luciane de Fátima Beckman Cavalcante**

RESUMO

A televisão universitária é um meio de comunicação que incorpora princípios de mudança da estrutura social, a partir da difusão de cultura, conhecimento e educação, o que pode propiciar a formação de comportamentos e opiniões, inculcando pensamento crítico nos indivíduos promovendo o diálogo entre a sociedade e a universidade por meio da difusão o conhecimento produzido no âmbito acadêmico. Neste sentido é pertinente conhecer e compreender a competência em informação dos profissionais que atuam neste contexto no que tange a produção de conteúdos para televisão universitária. Para tanto como discussão inicial são abordados os conceitos de televisão universitária, bem como de competência em informação a fim de estabelecer relações entre as duas temáticas citadas, ressaltando a relevância de estudos neste cenário.

Palavras-chave: Televisão Universitária. Competência em Informação. Produção de Conteúdo Informativo.

* Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo. Professora Titular da Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Brasil).
E-mail: rbelluzzo@gmail.com.

** Mestre em Ciência da Informação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (Brasil).
E-mail: lucifbc@yahoo.com.br.

I INTRODUÇÃO

No cenário atual as organizações estabelecem relação com a sociedade da informação, a qual é alicerçada em dados, informação e conhecimento e transita no âmbito do constante desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação estabelecendo relações com uma série de atores, e esferas. Corroborando com estas afirmações Castells (1999, p.573) argumenta que “a informação representa o principal ingrediente de nossa organização social, e os fluxos de mensagens e imagens entre as redes constituem o encadeamento básico de nossa estrutura social”

Nesse contexto as emissoras de televisão universitária são organizações que desempenham um papel importante no que tange à disseminação de informação, conhecimento, cultura e educação junto à sociedade, uma vez que a televisão é um dos principais meios de

comunicação massiva e que apresenta uma índice de inserção domiciliar elevado no Brasil.

Nesse sentido, apesar das televisões universitárias serem veiculadas mediante canal pago no Brasil, denota-se que elas podem estabelecer relação com uma sociedade baseada na informação e no conhecimento sendo extensão da universidade e do conhecimento nela produzido, atuando também como um meio capaz de promover a cidadania e inclusão social por meios dos programas nela produzidos. Para Azambuja (2008, p. 15) “a televisão tem um potencial educador muito grande. Isso porque o telespectador é capaz de processar os conteúdos televisivos e criar suas próprias conclusões e ainda de receber formação a partir de programas de TV”. Para esta autora ainda (2008, p.24) “a finalidade das TVs universitárias é de colaborar efetivamente para o desenvolvimento social, educativo, científico cultural, artístico e econômico do país”. Desse modo é pertinente

verificar as competências em informação de quem produz o conteúdo explorado por esse tipo de televisão, uma vez que a mesma carrega em seu bojo um caráter educativo e de construção de conhecimento e criação de significado.

De acordo com Paschoal Neto e Carvalho (2008, p.61) três são os segmentos que permeiam um sistema de televisão: produção e edição de conteúdos, transmissão da programação (os conteúdos) entre a emissora e os usuários e a recepção na casa do telespectador.

No que tange a produção e edição de conteúdos, esses mesmos autores argumentam que a maioria, são produzidos numa seqüência de fases, que englobam desde a pré-produção, gravação de cenas internas e externas, edição e pós-produção dos conteúdos informacionais, os quais são elaborados por profissionais de diversas áreas do conhecimento num trabalho de equipe, denotando a relevância dos profissionais que atuam neste contexto, mais especificamente junto a produção de conteúdos. Em decorrência disso há necessidade da existência de habilidades específicas para que estes profissionais possam acessar e usar a informação de forma inteligente - competência em informação - construindo conhecimento aplicável a essa área de atuação.

Pelo exposto, o presente artigo tem como objetivo explorar o conceito de televisão universitária abordando a relevância da competência em informação no âmbito da mesma, buscando oferecer um panorama dessa articulação no cenário nacional e contribuir com subsídios à melhor compreensão das ações a serem desenvolvidas estrategicamente nessa direção para que essa mídia possa cumprir de forma adequada a sua função social e propicie as condições necessárias ao exercício da cidadania, ao aprendizado ao longo da vida e ao desenvolvimento da sociedade brasileira

2 TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA : UM PANORAMA

2.1 A TV como meio de comunicação no Brasil

No que concerne ao cenário brasileiro, “somente em 1950, quando as transmissões na Europa estavam normalizadas e a TV era

sucesso nos Estados Unidos entra no ar a TV no Brasil,” como argumenta Azambuja (2008, p. 27) por intermédio do jornalista e empresário Assis Chateaubriand. No Brasil a televisão nasce a partir do capital privado e voltada para o lazer, diferentemente da Europa onde as emissoras são criadas a partir de redes estatais e voltadas para uma programação educativa.

A evolução da TV no Brasil pode ser dividida em três momentos de acordo com Cardoso, Santos e Goulart (2007, p.58) como é possível verificar a seguir.

Fase de Implantação (de 1950 a 1968): esta fase caracterizou-se pelo alto custo do aparelho de TV o qual era pouco acessível para a maior parte da população. Nesse sentido, a programação era dirigida à elite, uma vez que esta detinha o poder aquisitivo para a compra do aparelho de TV. As características principais dessa fase são determinadas pela insipiência técnica da TV (CARDOSO; SANTOS; GOULART, 2007)

Fase de Consolidação (de 1968 a 1980): a segunda fase da TV brasileira foi marcada por crises (causadas por motivos políticos, financeiros e administrativos) que abalaram as TVs Tupi, a Record e a Excelsior. Esta fase é marcada pela ascensão da Rede Globo. Foi também a época em que a transmissão via satélite propiciava a transmissão televisiva para todo o país. A transmissão em cores, a partir de 1972, foi outro marco do desenvolvimento tecnológico da televisão que ajudou a consolidá-la entre o público brasileiro

Fase da Segmentação (a partir de 1980): “a segmentação da programação televisiva no Brasil se faz sentir pela produção regional, embora ainda insipiente, mas, sobretudo, pela chegada ao país da TV por assinatura”, como argumentam CARDOSO; SANTOS; GOULART, 2007, p. 61). Desse modo, a programação passa a ser segmentada visando alcançar públicos distintos. Para ilustrar o contexto da segmentação os autores citados se apóiam no argumento de Borelli e Priolli (2000, p. 101) no qual estes afirmam que a segmentação “introduz a idéia de uma programação diferente para alcançar pessoas ou grupos diferentes”, afetando igualmente a divisão das verbas publicitárias destinadas ao meio televisivo.

[...] o fato de a audiência não ser objeto passivo, mas sujeito interativo, abriu caminho para sua diferenciação

e subsequente transformação da mídia que, de comunicação de massa, passou à segmentação, adequação ao público e individualização, a partir do momento em que a tecnologia, empresas e instituições permitiram (CASTELLS, 1999, p. 422).

Atualmente cabe ressaltar que no Brasil a televisão está em processo gradual de transição do meio analógico para o meio digital desde o ano de 2007, o que deve ocorrer totalmente até o ano de 2016, como argumenta Médola (2009). Cabe denotar que Crocom (2004 p.50) citado por Paschoal Neto e Carvalho (2008, p.61), argumenta que

Analogico é a “reprodução de um objeto que se assemelha ao original. Tradicionalmente as telecomunicações eram analógicas, assim como o áudio, o vídeo e a fotografia. As imagens e os sons eram gravados de forma direta nos suportes”. Oposto ao analógico, digital é tudo o que se pode mostrar e contar com números. Imagens, sons e informações são transformados em seqüências de “zeros” e “uns”.

Nesse sentido, em decorrência do breve contexto apresentado acerca da mídia televisão e a sua evolução respectivamente, podemos denotar que assim como a televisão, o telespectador e a sua forma de ver a TV também mudou no decorrer de todo este processo, uma vez que inicialmente o telespectador era tido somente como um receptor do conteúdo televisivo, denotando assim um cunho de passividade por parte do mesmo, em relação ao que a televisão apresentava. A respeito dessa relação entre pessoas e mídia, Bechelloni (2000, p.67) argumenta que “cada um de nós, habitante da contemporaneidade, usa a mídia de maneira distinta, independentemente das vontades e das intenções dos emissores para dar sentido a própria vida, construir significados, buscar participação”, eximindo assim, o caráter de passividade que do telespectador.

No cenário atual, com os constantes avanços tecnológicos, bem como com o advento da televisão digital e a convergência tecnológica das mídias, o telespectador ultrapassa a linha de mero espectador de conteúdo áudio visual, e passa a interagir com o mesmo, seja participando de enquetes via *e-mail*, mensagens de texto via

telefone celular, ou até mesmo por redes sociais como o *twitter*. Ressalta-se neste contexto que o telespectador é tido como um interagente, termo segundo Primo (2003, p.133) “emana a idéia de interação, ou seja, a ação (ou relação) que acontece entre os participantes. Interagente, pois, é aquele que age com outro”. Ainda sobre o pensamento de Primo tanto “receptor” e “usuário” são termos que denotam idéias limitadas sobre o processo interativo. Desse modo, interagente denota uma relação entre telespectador e mídia.

Hoje, com a diversidade das mídias, com a maior oferta de informação e as possibilidades interativas, as audiências se tornaram migratórias. Não apenas utilizam várias plataformas ao mesmo tempo (televisão, computador mediado por internet e celulares, por exemplo), como migram de uma plataforma tecnológica a outra, caso não gostem ou concordem com o conteúdo ofertado. Além disso, em tempos de mídias digitais, os públicos – independentes de gênero ou idade – podem explicitar seu desejo de participar, interagir com os conteúdos ofertados e mesmo divulgar sua produção de conteúdos audiovisuais digitais (CASTRO, 2010, p.37)

De acordo com o Convergencer Center (2007, p.1) citado por Weirich (2008, p.36) “a convergência se refere ao poder das mídias digitais de combinar, voz, vídeo, dado, texto, em novos aplicativos, dispositivos e redes”. Nesse sentido, por meio da convergência é possível, por exemplo, assistir televisão em um aparelho de celular, entre outros dispositivos, ou suportes.

Pelo exposto podemos perceber o quanto a televisão evoluiu desde sua inserção no Brasil, bem como o evoluiu a visão para o telespectador. Obviamente que a maioria das televisões brasileiras tem em seu bojo a questão comercial e lucrativa do “fazer” TV. Entretanto existem televisões que estão preocupadas em prover acesso à educação, à cidadania, ao pensamento crítico de modo a propiciar desenvolvimento social a partir da informação e do conhecimento, como é o caso das televisões educativas e ou universitárias.

Por sua vez, os meios de comunicação estão inseridos e estabelecem relações com uma esfera pública. Nesse sentido, Habermas (1974) argumenta que a esfera pública é uma esfera estabelecida no diálogo entre a sociedade,

concernindo em um espaço de debate expresso coletivamente, no qual existe geração de opinião pública, pautada em um agir comunicativo. A força da opinião pública gerada é que faz com que seja possível exercer pressão nos sistemas com os quais a esfera pública se relaciona.

Reportando este conceito para o contexto das organizações - públicas, ou não- podemos argumentar que as mesmas estabelecem diálogos com a sociedade, seja direta ou indiretamente. Nesse cenário é importante destacar os meios de comunicação enquanto mediadores do diálogo entre a sociedade, pois os meios de comunicação podem levar a formação de uma opinião pública. Assim, pode-se destacar que:

A esfera pública deve possuir o diálogo entre os indivíduos e as suas organizações para formar e reunir a articulação de oferecimento de serviços num processo de melhoria de qualidade de vida. A comunicação é um importante trabalho desenvolvido no princípio da esfera pública, e as regiões que souberem desenvolver o diálogo entre a sociedade e o estado realizarão uma política de melhorias para as suas comunidades (CALDAS, 2008, p.63).

O papel da comunicação é importante nesse processo de debate, visto que promove um agir comunicativo, que na concepção de Habermas “é uma forma privilegiada de relacionamento entre os sujeitos que permite a articulação de valores, elaboração de normas e o questionamento das mesmas”. Segundo Azambuja (2008, p.36) “a comunicação emerge de um processo de mediação”, ou seja, uma constante relação entre emissor e receptor dentro de um contexto social, relação esta que propicia a construção de conhecimentos. Nesse sentido Azambuja (2008, p.36) aborda que “o conteúdo das emissoras de televisão é capaz de transformar a cultura, e que os grupos sociais produzem cultura na interação com a TV”. Nesse sentido os meios de comunicação podem ser instrumentos desse agir comunicativo ao qual Habermas se refere.

Desse modo no que tange a televisão enquanto meio promotor da cultura, cidadania e educação, por volta de 1960, de acordo com Ramalho (2010, p.38), “conteúdos informativos, culturais e de entretenimento já eram oferecidos pelas Tvs comerciais, e as Tvs públicas foram

concebidas por iniciativa do governo para suprir a demanda por educação”.

De acordo com Ramalho (2010) a situação educacional no Brasil era crítica, o analfabetismo se fazia presente em massa no país, e isso entre outros fatores, levou o governo a institucionalizar na radiodifusão a modalidade de Tv educativa, “sendo a primeira em 1967, na Universidade Federal de Pernambuco (TV Universitária de Recife)” como aborda Ramalho (2010, p.38)

2.2 TV universitária no Brasil

A respeito do contexto da televisão universitária no Brasil e com base em dados da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) Belda (2009, p.54) argumenta que “há no Brasil cerca de 120 emissoras universitárias de televisão, sendo a maioria regulamentada a partir da Lei 8.977 de janeiro de 1995, conhecida como Lei da Cabodifusão” segundo a qual a operadora local de televisão a cabo deve disponibilizar um de seus canais básicos (obrigatórios em quaisquer dos pacotes oferecidos) para o compartilhamento entre as universidades daquele município.

Além das educativo-culturais, que já pertenciam ao sistema de radiodifusão, em canal aberto. A lei incentivou a implantação de TVs em âmbito municipal, já que o benefício é concedido para instituições ou entidades que estejam localizadas no município-sede da operadora (RAMALHO, 2010, p.40)

Belda (2009, p.52) argumenta que as redes universitárias de televisão são emissoras nas quais “a programação deve refletir conteúdos educativos, culturais e de promoção da cidadania, na forma de uma atividade de extensão do ensino superior, possibilitando o acesso às informações e aos conhecimentos produzidos pela instituição”.

A TV universitária se identifica como meio de extensão quando em vez de somente transmitir valores ou prestar serviços, abre espaço para as expressões da comunidade, fazendo a mediação entre as demandas da sociedade e o conhecimento acadêmico (RAMALHO, 2010, p. 72)

Desse modo, é possível fazer um recorte ao contexto da televisão universitária, enquanto agente que deve privilegiar a mediação da

informação e da construção do conhecimento na sociedade atual, sendo um meio de comunicação que incorpora princípios de mudança da estrutura social, a partir da difusão de cultura, conhecimento e educação. Acredita-se que pode propiciar a formação de comportamentos e opiniões, inculcando pensamento crítico nos indivíduos, sendo oportuno ainda, destacar que a televisão universitária promove o diálogo entre a sociedade e a universidade por meio da difusão o conhecimento produzido no âmbito acadêmico. Nesse sentido, a academia por meio da TV “se apropria de um novo espaço de diálogo com a sociedade, podendo utilizá-lo tanto na difusão do saber produzido, alimentando-se do conhecimento disponível na comunidade, numa via de mão dupla” como argumenta Ramalho (2010, p.66).

“A Televisão Universitária proporciona a integração entre ensino, pesquisa, extensão e socializa seus atores principais, que são os alunos, os professores, os dirigentes, os funcionários e a comunidade onde atua” como argumenta Azambuja, (2008, p.25). A Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) conceitua a TV Universitária como:

Televisão Universitária é aquela produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão, independente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc (ABTU, 2004, p.5)

Ramalho (2010, p.57) aborda que a TV universitária é compreendida como a produtora audiovisual da universidade, que fornece uma programação periódica e constante, independentemente de sua capacidade de produção ou plataforma de distribuição.

Para Guimarães e Maia (2010, p.9) a tv universitária “[...] possui o potencial de oferecer

atendimento às demandas por informação e entretenimento, a inclusão e a participação social da população”. Desse modo, percebemos a relevância das emissoras de televisão universitária e principalmente de quem produz o conteúdo dos programas vinculados a tais emissoras.

Nesse sentido, sendo o ambiente e o objeto de trabalho dos profissionais ligados a produção de conteúdo em uma televisão universitária fundamentalmente constituídos da informação e do conhecimento é importante que seja verificada a competência em informação de tais profissionais, uma vez que o produto de seu trabalho não é somente informar, mas facilitar à formação de um pensamento crítico, da criação e ampliação de conhecimentos. Na sociedade contemporânea considerando-se a importância do trabalho desses profissionais junto aos atores sociais na atualidade, é necessário que o mesmo possua competências e habilidades em relação ao acesso e uso da informação de forma inteligente que lhes permitam desenvolver o seu trabalho de modo que este seja o mais assertivo possível, visando a mobilização do público para a reflexão crítica, cultura da informação, exercício da cidadania e o aprendizado ao longo da vida, fatores inerentes a competência em informação.

3 COMPETÊNCIA EM INFORMAÇÃO: UM DIFERENCIAL AO CONTEXTO DA TV UNIVERSITÁRIA

O termo *information literacy* vem sendo traduzido ao longo dos anos de diversos modos como, por exemplo, alfabetização informacional, competência informacional, competência em informação, letramento informacional entre outros e por isso a definição do termo ainda permeia discussões na literatura tanto nacional quanto internacional e no Brasil “entende-se ser uma área de estudos ainda emergente” como argumenta Belluzzo (2010, p.33). Desse modo, não é pretensão deste artigo entrar no mérito das questões que permeiam a discussão acerca do conceito de *information literacy* e sim elucidar os principais elementos que de modo geral a caracterizam.

A *American Library Association* (ALA) é responsável por um dos primeiros conceitos

sobre competência em informação, segundo o qual para ser competente em informação a pessoa deve ser capaz de reconhecer quando precisa de informação e possuir habilidade para localizar, avaliar e usar efetivamente a informação (ALA, 1989). A *information literacy* está relacionada a um “processo contínuo de internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades necessário à compreensão e interação permanente com o universo informacional e sua dinâmica, de modo a proporcionar um aprendizado ao longo da vida” (DUDZIAK, 2003, p.28).

Belluzzo (2010, p.33) propõe de forma ilustrativa que competência em informação [...] “constitui-se em processo contínuo de interação e internalização de fundamentos conceituais, atitudinais e de habilidades específicas como referenciais a compreensão da informação e de sua abrangência”. Para a referida autora estes elementos propiciam ao indivíduo a construção de novos conhecimentos e podem ser aplicáveis ao cotidiano das pessoas, não se restringindo assim a um contexto determinado Belluzzo (2010), o que denota que a competência em informação pode ser abordada em vários campos do conhecimento.

Considera-se que a competência informacional está constituída de determinados conhecimentos, habilidades e atitudes informacionais essenciais para viver na sociedade da informação, que são denominados aqui como processos que envolvem o universo informacional. Tais processos são constituídos pela identificação das necessidades informacionais, pela busca, pela avaliação de fontes de informação disponíveis em meio eletrônico, pela análise, pela síntese, pela comunicação e pela capacidade aprender a aprender. (MATA, 2009, p.88)

De acordo com Pawley (2003, p. 423) “são muitas as definições sobre competência informacional, mas a maioria inclui elementos como a aprendizagem baseada em recursos, o pensamento crítico e a aprendizagem ao longo da vida.” A referida autora também discorre que

[...] os professores e bibliotecários descrevem a competência informacional como as habilidades para usar e localizar informação em uma variedade de

formatos, e a habilidade intelectual para avaliar tal informação, bem como técnicas e ferramentas essenciais para uma adaptação com êxito ‘as rápidas mudanças sociais e tecnológicas que enfrentamos ao longo de nossas vidas’ (PAWLEY, 2003, p. 423).

Hatschbach e Olinto (2008, p.28) argumentam que “a competência em informação tem vários enfoques, recebe aportes de várias áreas, permitindo o trabalho dentro de uma perspectiva interdisciplinar”, o que nos permite estudar e compreender como se dá a competência em informação nos mais distintos contextos e públicos. Nesse sentido, a Ciência da Informação proporciona aportes teóricos que permitem com que a competência em informação possa ser estudada no contexto da Comunicação, ou seja, o “fenômeno” da competência em informação não é exclusivo da Biblioteconomia ou da Educação.

A competência informacional mobilizada em situações de trabalho pode ser vista como um dos requisitos do perfil profissional necessário para trabalhar com a informação, não importando o tipo de profissional ou de atividade. [...] Seria desejável que as competências informacionais fizessem parte do rol de competências dos mais variados profissionais, atividades e organizações (MIRANDA, 2004, p. 118)

Pelo exposto, no “[...] contexto do trabalho a competência informacional é aquela que habilita os indivíduos, para lidar com todas as fontes de informação, no sentido de organizar, filtrar e selecionar o que realmente é importante para a tomada de decisão [...]” como argumentam Santos, Duarte e Prata (2008, p.218). Miranda (2004, p.121) explica que o “[...] desenvolvimento de competências informacionais pode tornar mais efetivo o trabalho de qualquer profissional no tocante às tarefas ligadas à informação, principalmente em atividades intensivas em informação”, desse modo podemos fazer um recorte ao ambiente da Tv universitária, visto que o fazer profissional de quem atua neste cenário está intimamente ligado a informação e conhecimento. Para Zurkowski (1999) citado por (HATSBACH, 2002, p. 16)

Pessoas treinadas para a utilização de fontes de informação em seu trabalho

podem ser chamadas de competentes em informação (information literates). Elas aprendem técnicas e habilidades para lidarem com um grande número de ferramentas informacionais, bem como fontes primárias para encontrarem a informação, visando a solução de seus problemas.

Dudziak (2001) fez uma abordagem junto a literatura, explorando o desenvolvimento e evolução do conceito da *information literacy* no transcorrer das décadas de 70, 80 e 90. Para a referida autora.

Information literacy inegavelmente está ligada ao aprendizado e à capacidade de criar significado a partir da informação. Pessoas competentes em informação reconhecem sua necessidade, sabem como e onde achar a informação, sabem avaliar e selecionar as informações, mais relevantes, sabem organizar a informação de modo a criar novas idéias e interpretações, sabem usar a informação para a construção de conhecimentos importantes para o bem comum. Pessoas competentes em informação são aprendizes independentes que se adaptam bem às novas situações, uma vez que interiorizam comportamentos de busca e uso da informação para a resolução de problemas ou realização de tarefas assumindo a sua responsabilidade pessoal e social (DUDZIAK, 2001, p.61)

Campello (2009, p.35-36) cita o estudo de Christina Doyle no qual ela chega a definição de que competência em informação é “a habilidade de acessar, avaliar e usar a informação a partir de uma variedade de fontes”. Esta definição segundo Campello foi ampliada para dez atributos, os quais caracterizam uma pessoa competente em informação.

1. Reconhecer a necessidade de informação;
2. Reconhecer que informações acuradas e completas são a base para a tomada de decisões inteligentes;
3. Formular questões baseadas na necessidade de informação;
4. Identificar fontes de informação potenciais;
5. Desenvolver estratégias de busca adequadas;
6. Acessar fontes de informação inclusive as eletrônicas;

7. Avaliar informações;
8. Organizar informações para aplicações práticas;
9. Integrar novas informações ao corpo de conhecimento existente;
10. Usar informações para pensar criticamente e para solucionar problemas (CAMPELLO 2009, p.35-36)

Outro estudo mencionado por Campello (2009) foi o da pesquisadora australiana Christine Bruce, para qual a competência em informação “é um fenômeno experimentado por pessoas que interagem intensivamente com o aparato informacional. A competência em informação é descrita em termos dos diversos modos como é vivenciado pelas pessoas” Campello (2009, p.37).

Para “Bruce a *information literacy* esta acima do desenvolvimento de competências. É muito mais uma questão situacional experimentada pelos sujeitos, resultando disso uma ênfase em determinadas concepções e experiências” (DUDZIAK, 2003, p.27). As concepções de Bruce para a competência em informação são: experiência em tecnologia da informação, experiência em fontes de informação, experiência do controle da informação, experiência de construção de conhecimento, experiência da extensão do conhecimento, experiência da sabedoria Campello (2009 p.37-38). Desse modo para Bruce a competência em informação é algo “experimentado” em uma dada situação

Pelo exposto até o momento podemos inferir que os argumentos apresentados acerca da *information literacy* são passíveis de agregação ao contexto da Televisão Universitária, pois espera-se que quem produz conteúdo informacional para este tipo de televisão (por exemplo, os jornalistas, estudantes de comunicação) deva apresentar as características citadas pelos autores supracitados, uma vez que este profissional não produz somente informação a ser distribuída a um determinado público mas também leva conhecimento, educação, cidadania, cultura, além de propiciar a construção de conhecimento tanto individual quanto coletivamente. Ou seja, o profissional que atua em televisão universitária, deve ser competente em informação não somente no que diz respeito à utilização, das fontes e canais de informação utilizados para a elaboração de conteúdo, mas principalmente para avaliar a

confiabilidade dessas fontes, e principalmente das informações nelas contida.

Pelo exposto, entendemos que a televisão universitária pode ser um instrumento de ação para a *information literacy* pois, ao mesmo tempo em que atua como um espaço midiático no qual é possível verificar e identificar os elementos que caracterizam a *information literacy*, pode propiciar também a disseminação dos princípios da mesma para seus interagentes.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As televisões universitárias estão inseridas em uma Sociedade da Informação, sendo permeadas por intensos fluxos informacionais e de conhecimento, bem como pelo desenvolvimento constante das tecnologias de informação e comunicação. As televisões universitárias consistem em um dos elos entre a universidade e a sociedade, estabelecendo o diálogo entre as mesmas, levando assim mais que conteúdos voltados ao contexto do que é produzido na universidade, porém, principalmente, informação e conhecimento que promovam a cidadania e inclusão social por meio da televisão.

Devido a tais características se faz importante compreender a competência em informação neste contexto, pois o cerne do trabalho do profissional ligado a produção de conteúdos neste contexto, é a informação e conhecimento, logo, espera-se que tal profissional possua certa competência em informação para

lidar com o fluxo informacional demandado por seu trabalho, fazendo o uso mais assertivo das fontes de informação e tecnologias de informação e comunicação neste contexto e por consequência agregando mais qualidade ao conteúdo informacional produzido.

Nesse sentido acredita-se que a Ciência da Informação a qual possui uma natureza interdisciplinar como argumenta Saracevic (1996), pode oferecer aportes ao estudo da *information literacy* no cenário informacional apresentado. Acredita-se ainda que a televisão universitária constitui-se em um rico espaço de atuação para o profissional da informação, visto que o mesmo é quem possui as competências necessárias para que seja implantado e posteriormente avaliado um programa de *information literacy* neste contexto. Cabe ressaltar que o profissional da informação não irá trabalhar sozinho, ele obviamente precisará compreender o contexto de atuação – no caso o contexto da televisão universitária – bem como atuar em conjunto com a equipe responsável pela elaboração dos conteúdos, a fim de elaborar e aplicar da melhor maneira possível, os instrumentos e técnicas de coleta de dados que lhe permitam conhecer e compreender a *information literacy* no contexto da televisão universitária.

Pelo exposto denota-se a necessidade de pesquisas na área da Ciência da Informação, no que concerne ao estudo da competência em informação no contexto das televisões universitárias. Nesse sentido, cabe ressaltar que como passo inicial a estes estudos pesquisa de Doutorado já está sendo desenvolvida neste contexto.

THE INFORMATION LITERACY ON UNIVERSITY TELEVISION STATION: INITIAL THOUGHTS AND CONTRIBUTIONS TO THE BRAZILIAN CONTEXT

Abstract

The university television station is a communication vehicle that incorporates principles of social structure from the diffusion of culture, knowledge and education dissemination which may lead to the formation of behaviors and opinions instilling critical thought in individuals and promoting the dialogue between society and university by disseminating the knowledge produced in the academic environment. In this way it is pertinent to know and understand the information literacy of professionals working in this context when it comes to content production for university television station. For this initial discussion are addressed the concepts of university television station as well information literacy in order to establish relations between the two thematic mentioned, the relevance of studies in this scenario in relation to the Information Science context.

Keywords:

University Television. Information Literacy. Production of Information Content.

Artigo recebido em 11/09/2011 e aceito para publicação em 23/12/2011

REFERÊNCIAS

AMERICAN LIBRARY ASSOCIATION - ALA. Presidential Committee on Information Literacy: Final Report. Washington, D.C., 1989. Disponível em: <http://www.ala.org/ala/mgrps/divs/acrl/publications/whitepapers/presidential.cfm#importance> Acesso em: 13 nov. 2010

AZAMBUJA, C. N. de. **Jornalismo educativo: da teoria à prática na tv universitária**. Minho: 2008. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade Estácio de Sá. Rio de Janeiro, 2008.

BELDA, F.R. **Um modelo estrutural de conteúdos educativos para televisão digital interativa**. São Carlos: USP, 2009. 292 f. Tese (Doutorado) - Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos.

BELLUZZO, R.C.B. Competências e novas condutas de gestão: diferenciais de bibliotecas e sistemas de informação. In: VALENTIM, M.L.P. (Org.) **Ambientes e fluxos de informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010, p. 23-53.

CALDAS, R.F. **Unidades Culturais em Cidades Inteligentes: proposta de modelo de práticas organizacionais baseado em casos europeus**. Minho: 2008. Tese (Doutorado em Sistemas de Informação) - Universidade do Minho. Portugal, 2008.

CAMPELLO, B.S. **Letramento informacional: função educativa do bibliotecário na escola**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

CARDOSO, J. B. F.; SANTOS, R.E. dos; GOULART, E. E. Mutações da TV Brasileira: Inovações na Linguagem e na Tecnologia. *Revista FAMECOS/PUCRS*. Porto Alegre: n. 17. p. 57-64. jul. 2007. Acesso em: 05. maio. 2011. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/view/2273/1772/>

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, C. O Brasil e a produção de conteúdos audiovisuais digitais. *Comunicologia. Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade*

Católica de Brasília, Brasília, v.1, n.7, p.32-47 2010.

DUDZIAK, E. A. **A Information Literacy e o papel educacional das bibliotecas**. 2001. 173 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

_____. Information Literacy: princípios, filosofia e prática. *Ciência da Informação*, Brasília, v. 32, n. 1, p. 23-35, jan./abr. 2003.

HABERMAS, J. (1974) **The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964)**. Trad. Sara Lennox and Frank Lennox. *New German Critique*. 74 (3). 49-55.

_____. **Mudança estrutural da esfera pública**. Tradução de Flávio R. Kothe: Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 2003.

HATSCHBACH, M. H. de L; OLINTO, Gilda. Competência em informação: caminhos percorridos e novas trilhas. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação: Nova Série*, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 20-34, jan. jun. 2008.

MATA, M.L. **A competência informacional de graduandos de biblioteconomia da região sudeste: um enfoque nos processos de busca e uso ético da informação**. 2009. 167 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) - Universidade Estadual Paulista, Marília, 2009.

MÉDOLA, A.S.L.D. Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos: os desafios para o comunicador. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação E-compós*, Brasília, v.12, n.3, set./dez. 2009.

MIRANDA, S. V. Identificando competências informacionais. *Ciência da Informação*. Brasília, v. 33, n. 2, p. 112-122, maio./ago. 2004.

PASCHOAL NETO, J. D.; CARVALHO, J. O. F. de. Os novos paradigmas da informação e a tv digital: o papel das tvs universitárias na construção de conteúdos de maneira colaborativa

- através de redes interdisciplinares. **Inf. & Soc.:Est.**, João Pessoa, v.18, n.3, p. 59-72, set./dez. 2008
- PRIMO, A. Quão interativo é o hipertexto? : Da interface potencial à escrita coletiva. *Fronteiras: Estudos Midiáticos*, São Leopoldo, v. 5, n. 2, p. 125-142, 2003.
- PAWLEY, C. Information Literacy: a contradictory coupling. **Library Quarterly**, v.73, n. 4, p. 422-452, oct. 2003.
- RAMALHO, A.R. **O perfil da Tv universitária e uma proposta de programação interativa.** 2010. 173 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.
- SARACEVIC, T. Ciência da informação da Informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.1, n.1, p. 41- 62, jan/jun. 1996.
- WEIRICH, E.J. **Gestão das redes de comunicação eletrônica multimídia convergentes e o cenário da televisão digital brasileira.** 2008. 101f.Dissertação (Mestrado). Centro de desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2008.