

## UnBTV completa 15 anos e se consolida como canal de informação

Cleisyane Quintino e Raíssa Ferreira

Como parte das comemorações de 15 anos de existência, a UnBTV socializa com a comunidade universitária alguns dados obtidos na sua pesquisa de audiência, realizada entre abril e maio de 2021, com o objetivo de entender melhor seu público em relação aos hábitos de consumo de informação e entretenimento e seguir melhorando a oferta de conteúdo. O questionário, divulgado por meio de *link on-line* do Google Formulários, obteve 755 respostas válidas de estudantes, professores, servidores técnico-administrativos e comunidade externa.

O perfil da amostra obtida é majoritariamente de mulheres (52,19%), das faixas etárias de 19 a 24 anos e de 45 anos ou mais (32,19% e 23,8%, respectivamente), da cor branca (54,8%), com vínculo de estudante (50,60%), dos cursos de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas (41,06%), do campus Darcy Ribeiro (75,89%), das Classes B e A<sup>1</sup> (37,35% e 36%, respectivamente). Os participantes da pesquisa informam-se preferencialmente por sites jornalísticos (65,8%), seguidos de redes sociais (62,6%) e televisão (58,1%). No entanto, há diferenças de acordo com o segmento. Enquanto os estudantes preferem as redes sociais (75,1%) para se informar, professores (63,6%), servidores (70,9%) e a comunidade externa (74,6%) têm como principal referência os sites jornalísticos.

Para obter informações sobre a Universidade de Brasília (UnB), o meio mais eficaz é o que chega diretamente ao público, isto é, os e-mails institucionais. Esse é o principal meio para o público geral (69,93%) e se mantém neste lugar para professores (87,3%) e servidores (83,7%). Para estudantes, os e-mails estão em segundo lugar (64,1%), após as redes sociais (66,7%). Para a comunidade externa (74,6%), como era de se esperar, o principal meio é o site da UnB.

Dos 755 respondentes da pesquisa, a maioria (66,5%) já teve algum contato com a UnBTV, pelo canal 15 da NET, YouTube, Facebook, Twitter e/ou Instagram. Dos meios oferecidos pelo Canal Universitário de Brasília para informar o público sobre a universidade, o YouTube é o que faz a melhor performance, sendo indicado por 18,5%

---

<sup>1</sup> De acordo com o Critério de Classificação Econômica Brasil, as classes estão divididas de acordo com as seguintes rendas: Classe A (renda a partir de R\$ 11.279,15), Classe B (R\$ 3.085,49 até R\$ 11.279,14), Classe C (renda de R\$ 719,82 até R\$ 3.085,48) e Classe DE (Até R\$ 719,81).

dos participantes. Desse total, o principal público é a comunidade externa (40,68%). As redes sociais da UnBTV (Facebook, Twitter e Instagram) foram apontadas por 16,8% dos participantes, alcançando mais os estudantes (20,94%). Já o canal da UnBTV na NET ficou com o pior desempenho, alcançando apenas 3,58% dos participantes da pesquisa, sendo a maior parte de docentes (6,67%).

A UnBTV é consumida com frequência por pouco mais de um terço da amostra (34,2% - 262 participantes). Para esse público, a UnBTV é sinônimo de informação. A constatação não é surpresa. Ao longo de 15 anos, o canal desenvolveu programas diversos para levar informação à comunidade. Serviços sobre editais, eventos, cursos e matrículas são divulgados por meio de informes (Informe UnB). Por meio de transmissões ao vivo, promove transparência para as decisões de conselhos da instituição (Consuni, CAD e Cepe) que impactam a vida universitária. Já as pesquisas e os projetos de extensão são apresentados em reportagens e programas de entrevistas (*Boletim UnBTV*, *Zapping*, *UnBTV Ciência* e *Explique sua Tese*). Aliás, os informes e as reportagens sobre eventos, pesquisas e projetos da UnB são os conteúdos mais vistos (56,5%) pelo público que consome a UnBTV com regularidade.

O canal, no entanto, não se limita a transmitir informação. Por meio de programas de entrevistas (UnBTV Entrevista, Diálogos, Brasil em Questão) e documentários, aprofunda reflexões sobre assuntos caros à sociedade brasileira sob o ponto de vista dos especialistas da casa e de convidados com relevância no tema em foco. A UnBTV também oferece programação cultural com programas de literatura, música e culinária com ingredientes do Cerrado (*Tirando de Letra*, *Exclusiva* e *Pitadas do Cerrado*). Em 2021, realizou mostras de cinema temáticas (LGBTQIA+, mulheres, indígenas, negros), dando visibilidade a produções independentes e universitárias.

A UnBTV celebra seus 15 anos renovando o compromisso com a comunidade de seguir fazendo divulgação científica, informado sobre o dia a dia da universidade e debatendo sobre assuntos de relevância nacional. Para os próximos anos, buscará ampliar seu público em todos os seguimentos (professores, estudantes, servidores e comunidade externa) e fortalecer sua presença nos campi fora do Plano Piloto (Ceilândia, Gama e Planaltina), levando informação e cultura à universidade.