
Aproximações das TVs Universitária vinculadas a IES do conceito de Campo Público de Televisão¹

Kamyla Faria MAIA²

Nélia Del BIANCO³

Universidade Federal de Goiás

RESUMO

O presente artigo discute em que medida há aproximações das emissoras vinculadas às Instituições de Ensino Superior brasileiras ao conceito de Campo Público de Televisão no Brasil. Para tanto, analisa de que maneira as finalidades da radiodifusão pública são atendidas por esses veículos, que podem estar ligados tanto a instituições públicas quanto privadas. Utilizando-se das finalidades da radiodifusão pública (UNESCO, 2011) como premissas, é possível apontar que as televisões universitárias possuem uma aproximação conceitual do Campo Público, mas ainda não se consolidaram como emissoras eminentemente públicas.

PALAVRAS-CHAVE

TV Universitária; TV Pública; Campo Público de Televisão no Brasil.

INTRODUÇÃO

O termo Campo Público de Televisão surgiu no Brasil durante a realização do primeiro encontro do Fórum Nacional de TVs Públicas, em maio de 2007. Esse espaço institucional de debate foi criado no ano anterior, a partir da articulação do Ministério da Cultura com a Radiobrás e as quatro modalidades de televisão sem fins lucrativos-educativas, legislativas, universitárias e comunitárias. A partir de então, o termo passou a ser usado para designar um grupo heterogêneo de emissoras não-comerciais que operam tanto por meio de concessões de radiodifusão em sinal aberto quanto pelos canais de TV por assinatura, mas que apresentam visões e concepções comuns.

¹ Trabalho apresentado no GP Estudos de Televisão e Televisualidades, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação (FIC-UFG), mestre em História (FH-UFG), jornalista formada pela UFG. Editora-chefe de jornalismo da TV UFG. E-mail: maia.kamyla@gmail.com

³ Doutora em Comunicação (ECA-USP), com estágio de pós-doutoramento na Universidade de Sevilha (Espanha). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). Vice-Presidente da Federação Brasileira das Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação (Socicom). E-mail: nbianco@uol.com.br

Entretanto, quase uma década antes, durante a realização do segundo Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, em 1998, representantes do setor já haviam definido, no documento apresentado ao final do encontro, que a televisão educativa, cultural e universitária tem caráter eminentemente público, sem finalidades comerciais, e tem programação comprometida com a educação, a cultura e a informação, que respeita a pluralidade das manifestações culturais e estimula a produção local e regional (PEIXOTO e PRIOLLI, 2004, p.12).

Apesar dessas diretrizes existirem há mais de duas décadas, ainda persistem no campo acadêmico brasileiro dificuldades para delimitar o termo televisão universitária. Isso é motivado principalmente pelas divergências conceituais e legais entre as concessões educativas, muitas geridas por universidades, e os canais universitários. Há divergências até mesmo em relação à nomenclatura. O nome TV universitária muitas vezes é associado apenas aos canais universitários da TV por assinatura (SANTOS, 2019, p.27), enquanto as emissoras de TV aberta geridas por universidades federais se identificam mais com os termos educativa e cultural.

Para o desenvolvimento da presente pesquisa televisão universitária é compreendida como todo núcleo de produção de conteúdo audiovisual ligado a uma Instituição de Ensino Superior- IES, seja pública ou privada, que ofereça uma programação constante feita com a participação da comunidade universitária, independentemente da plataforma de distribuição. São emissoras que se distanciam do sistema comercial e, por isso, acabam por ser enquadradas no Campo Público de Televisão no Brasil, mesmo que a aproximação com as demais integrantes do grupo seja apenas conceitual.

As diretrizes apresentadas pelo Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias em 1998 se aproximam daquilo que, conceitualmente, se entende por televisão pública. Emissoras que não têm finalidade comercial, mantêm autonomia mínima em relação a mercados e governos, são financiadas a partir de múltiplas fontes, e devem contar com a participação da sociedade civil e promover a formação crítica do cidadão. Da mesma maneira, devem estar em consonância com os princípios que caracterizam a radiodifusão pública elencados pela UNESCO (2001, p. 13): universalidade, diversidade, independência e especificidade.

Em decorrência do intrincado campo de emissoras não-comerciais no Brasil e de dificuldades de implementação das diretrizes da radiodifusão pública, faz-se necessário

buscar quais são as aproximações da TV Universitária com o Campo Público de Televisão no Brasil. Para isso foi realizada uma análise conceitual, a partir do processo de formação da forma de gestão e da programação dessas emissoras. Buscou-se evidenciar na análise o contexto histórico do desenvolvimento dos conceitos de TV Universitária e Campo Público de Televisão, a partir de dispositivos legais que incidem sobre a comunicação, de documentos das entidades representativas desses setores e de artigos de pesquisadores sobre o tema.

A formação da TV Universitária no Brasil

A primeira concessão de televisão não-comercial no Brasil é a TV Universitária de Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco, que iniciou suas operações em 1968. Foi a primeira das televisões educativas que faziam parte do plano de alfabetização e educação básica pelos meios de comunicação em massa (MAGALHÃES, 2013, p.8) promovido pelo regime militar, implementado a partir do golpe de abril de 1964.

Essas estações deveriam cumprir as finalidades estabelecidas pelo Código Geral das Telecomunicações, o primeiro instrumento legal a distinguir as emissoras comerciais das educativas. Ele determina que a televisão educativa se destina à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates, e que é vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente (BRASIL, 1967). Apesar de estabelecer a figura da TV Educativa, o documento desobrigou o Estado a criar emissoras não-comerciais, repassando essa responsabilidade aos estados, municípios, universidades e fundações (SANTOS, 2019, p.106).

Em 1995 surgiu uma nova inflexão na trajetória da televisão não-comercial, a Lei nº 8.977, que abriu espaço para novos tipos de televisão de carregamento obrigatório pelas operadoras de TV a cabo: a comunitária, a legislativa, a universitária e a institucional. A legislação determina que a operadora disponibilize, em todos pacotes oferecidos, canais básicos para organizações sociais e instituições de interesse público, mas sem a obrigação de fornecer infraestrutura para a produção dos programas. Tais canais preveem o compartilhamento da grade entre as universidades existentes no município de prestação do serviço (MAGALHÃES, 2013).

As primeiras TVs universitárias no cabo foram a TV Campus, operada pela Universidade Federal de Santa Maria, no estado do Rio Grande do Sul, e a televisão da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, que compartilha o Canal Universitário de

São Paulo com outras universidades paulistanas (PEIXOTO e PRIOLLI, 2004, p.4). Com a emergência do canal no cabo, as Instituições de Ensino Superior se viram livres da burocracia e da escassez de canais de TV aberta e encontram uma oportunidade de utilizar a televisão, como já o vinham fazendo com as rádios e jornais universitários. Entre 1995 e 2009 houve um salto de 755% na quantidade de televisões universitárias no país, o número passou de 20 para 151 (RAMALHO, 2010, p. 57). Com o avanço das tecnologias digitais, o Brasil assistiu também a explosão de outra modalidade de exibição das produções feitas dentro das instituições de ensino: as webtvs em plataformas virtuais de compartilhamento de vídeos.

A administração das emissoras universitárias pode ser feita de formas distintas, pois não há uma lei que diga como elas devem ser estruturada. Há televisões administradas por Fundações de Apoio e outras geridas diretamente pelas instituições de ensino, respondendo à reitoria e pró-reitorias, à assessoria de comunicação ou até mesmo à faculdade de comunicação social (RAMALHO, 2010). Há diferenciação também nos perfis editoriais das televisões universitárias, que oscilam entre as emissoras que priorizam o trabalho de assessoria de comunicação; as televisões-laboratório, que produzem ancoradas nas disciplinas dos cursos de Comunicação, e um modelo híbrido que mescla as duas situações (PREVEDELLO, 2013, p.87-88).

Apesar de tão diferentes, as televisões universitárias se equiparam a partir da produção de um conteúdo diferente do que é feito nas emissoras comerciais. As televisões ligadas às IES se configuram como um contraponto, um antirreferencial, um lugar no qual a prioridade é a integração e a comunicação na acepção correta de “colocar em comum” (MAGALHÃES, 2002, p.50). Por isso, são enquadradas no Campo Público de Televisão no Brasil.

O caráter público das TVs universitárias determina que esses canais tenham como dever pensar no interesse do cidadão e ser uma porta por onde os conhecimentos e reflexões produzidos na universidade podem ser difundidos (CALLIGARO, 2013, p. 28). Isso se daria mesmo em emissoras ligadas a instituições privadas, pois operam com espírito público, uma vez que são proibidas de comercializar sua programação e podem oferecer “noticiário, entretenimento, lazer e debates críticos sobre temas que interessam à sociedade e que não são privilegiados pelas emissoras comerciais, que seguem a lógica do mercado ou do poder político” (TORVES, 2007, p.98-99).

CAMPO PÚBLICO DE TELEVISÃO NO BRASIL

A televisão pública tem como objetivo o interesse público e deve ser “voltada para a formação da cidadania, a educação, a democratização e a diversidade da informação, e a valorização da cultura, contemplando tanto a identidade nacional quanto os seus aspectos mais regionais ou locais” (MAGALHÃES, 2013, p.08). Na TV pública os espectadores não são vistos como clientes, mas sim como sujeito de direitos, uma vez que um dos principais objetivos da programação é emancipar e não lucrar.

As emissoras que o compõem o Campo Público de Televisão no Brasil têm origens, estruturas e finalidades distintas, com diferentes regulamentações: TVs educativas, regulamentadas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações, e os chamados canais básicos de utilização gratuita (comunitários, legislativos, executivos, judiciários, educativos e universitários), definidos pelo artigo 23 da Lei 8.977 (OLIVEIRA, 2017, p. 06). O que unifica todas elas em um mesmo espectro é que legalmente elas não podem ter finalidade comercial.

A delimitação desse grupo de televisões não-comerciais é mais uma tentativa de consolidar um modelo de comunicação pública, frente à radiodifusão estatal e privada, que já estava regulamentada e em pleno funcionamento. A primeira medida tomada nesse sentido foi a diferenciação entre emissoras comerciais e educativas em 1967 e a criação de dezenas de emissoras educativas durante o regime militar. Em 1975, sete estados já tinham um canal educativo (RAMALHO, 2013, p. 22) e três anos depois o regime militar deu início a uma rede de transmissão de programas de caráter educativo, com a atuação integrada das emissoras. Apesar do interesse estatal em promover a TV educativa, esse conceito ficou apenas no campo das ideias. Durante meio século de existência as TVEs sobreviveram garantindo outros propósitos, como a barganha política.

A iniciativa mais bem-sucedida nesse período foi a criação da Fundação Padre Anchieta, em São Paulo, em 1968, cujas emissoras de rádio e televisão públicas eram dirigidas por um Conselho Curador representativo da sociedade e com uma autonomia de gestão garantida pela figura jurídica do direito privado; tendo como principal veículo a TV Cultura. Apesar da qualidade e relevância de sua programação, principalmente aquela voltada para o público infantil, a TV vive em meio a ingerências políticas do governo estadual e crises financeiras.

Com a retomada da democracia e a promulgação da Constituição Cidadã, em 1988, a sociedade e o poder público voltaram a debater a respeito da efetivação da

radiodifusão não-comercial. No entanto, o texto final da carta magna ignorou o termo TV Educativa e classificou as emissoras em privadas, públicas e estatais, instituindo assim um modelo tríplice:

Art. 223- Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal (BRASIL, 1988).

Ao longo das três últimas décadas não houve qualquer regulamentação desse princípio, de suas definições legais ou conceituais (MARTELLI e KERBRAUY, 2013, p.16). Até mesmo o termo TV pública não existe na legislação de radiodifusão brasileira, já que continua valendo o Código Brasileiro de Telecomunicações, que reconhece apenas duas formas de radiodifusão: a privada e a educativa. Em tese, o sistema público, como componente importante da variedade democrática, seria porta-voz da sociedade, oferecendo pluralidade de opinião e de diversidade cultural sem intermediação do governo ou de interesses da iniciativa privada (BIANCO; PINHEIRO, 2017, p.23).

A redemocratização deu novo fôlego à televisão pública por meio da criação da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais- Abepec, em 1998, da Associação Brasileira de Televisão Universitária- ABTU, em 2000, e do Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2006. A articulação do Campo Público também ganhou força com a criação da TV Brasil, em 2007. Ela é gerida pela Empresa Brasil de Comunicação- EBC, que executa os serviços de radiodifusão do Poder Executivo Federal, opera a rede de emissoras e estações retransmissoras e repetidoras e distribui a publicidade legal dos órgãos da administração direta e indireta (VALENTE, 2009, p. 128).

A norma fixou também os objetivos dos serviços de radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, entre eles: oferta de mecanismos para o debate público de temas de relevância nacional e internacional; desenvolvimento da consciência crítica do cidadão por meio de programação educativa, informativa e cultural promotora da cidadania; consolidação da democracia, com estímulo à participação da sociedade e, garantia do direito à informação dos cidadãos (VALENTE, 2009, p. 128).

A lei n.11.652/2008 não apenas criou a EBC (BRASIL, 2008), como também foi muito clara ao instituir os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta,

o que inclui as emissoras vinculadas às Universidades e Institutos Federais. O preambulo da Lei é claro quanto a sua abrangência: “Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC...”. As emissoras vinculadas as IES federais são consideradas entidades de administração indireta do governo federal.

De fato, a criação da TV Brasil incentivou a formação de uma rede de emissoras públicas pelo país, notadamente concessões universitárias e educativas e culturais. Em 2010 foi iniciada a transmissão simultânea da Rede Nacional de Comunicação Pública, liderada pela TV Brasil, em parceria com emissoras de 23 estados brasileiros. Durante seis anos essa rede incentivou a produção de conteúdo local por meio de contratos de prestação de serviços com as afiliadas, o qual foi extinto com a chegada de Michel Temer ao poder.

O governo Temer promoveu mudanças legais substanciais no projeto originário da empresa por meio da Medida Provisória nº 744, de 2016. Em linhas gerais, o novo escopo legal cerceou a relativa autonomia no modelo de gestão da EBC; extinguiu o Conselho Curador da EBC, órgão de natureza consultiva e deliberativa que se constituía num instrumento de participação da sociedade na gestão da empresa pública; modificou as condições de mandato do diretor-presidente, o qual antes da lei só poderia ser destituído do cargo por dois votos de desconfiança do Conselho Curador. A partir da MP, o mandato do diretor-presidente da empresa passou a ser exclusivamente subordinado às nomeações e exonerações da Presidência da República. Outra mudança foi a exclusão do artigo que apontava a autonomia da EBC em relação ao Governo Federal para questões de produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão (BIANCO, PINHEIRO, 2017, p. 25). Em 2017, a nova gestão da EBC implementou uma política de redução de verbas, reformulação na estrutura e enxugamento de pessoal, iniciado com o programa de demissão voluntária no final de 2018.

Com a posse de Jair Bolsonaro, em janeiro de 2019, o desmonte da estrutura pública da EBC continuou e houve a união da TV Brasil com a NBR, emissora estatal que cobre eventos do governo federal, “negando o caráter social e público da EBC mediante um descarado aparelhamento, que transformou a EBC em um mero instrumento de propaganda governamental” (SIGNATES, 2019, p. 56).

A complexidade do campo e as dificuldades de consolidação de um modelo público leva autores a acreditarem que a televisão pública, entre nós, ainda é apenas um rótulo, ou no máximo um projeto. Priolli encara o conceito como uma meta, “um projeto político-cultural de transformar a TV educativa existente, quase toda estatal, em efetivo organismo sob controle da sociedade, livre das ingerências políticas dos governantes” (2008, on-line).

APROXIMAÇÕES DA TV UNIVERSITÁRIA COM O CAMPO PÚBLICO

O conceito de televisão pública surgiu na Europa, associado ao Estado de Bem-Estar no pós- II Guerra Mundial. Naquele momento, artistas e intelectuais acreditavam que a televisão poderia ser um instrumento para a reconstrução da identidade nacional, especialmente nos países mais enfraquecidos (FERNANDEZ, 2002). Na América Latina a maioria dos canais públicos foram criados por governos e incumbidos de “funções de persuasão política para com as opções governamentais e, no pior dos casos, a TV esteve a serviço do caudilhismo político do momento” (FERNANDEZ, 2002, p. 173).

A radiodifusão pública é foco de estudos desenvolvidos pela Unesco no mundo e principalmente na América Latina, região que apresenta dificuldades de consolidar um modelo de comunicação independente do mercado e do Estado. Para o órgão a radiodifusão pública é do público e se dirige a cada um em sua qualidade de cidadão; fomenta o acesso à participação na vida pública, amplia horizontes e permite que cada pessoa se compreenda melhor na medida em que compreende o mundo e os outros (UNESCO, 2001, p. 07. *Tradução nossa.*).

O serviço público deve permitir que cada cidadão seja um ator social de plenos direitos, que participe plenamente da vida da comunidade a qual pertence e contribua ativamente para sua organização. O serviço público deve ser independente de pressões partidárias ou estatais. Está a serviço de todos para o bem comum. Deve manter sua independência e, ao mesmo tempo, garantir recursos financeiros de longo prazo. Apesar das vantagens e dificuldades que o caracterizam, deve adaptar-se tanto aos avanços tecnológicos, por vezes muito rápidos, quanto à modernização das regulamentações. (UNESCO, 2001, p. 03. *Tradução nossa.*)

As definições acerca das características da radiodifusão pública podem ser entendidas como aplicáveis também às emissoras universitárias no Brasil, uma vez que estas estão enquadradas no Campo Público de Televisão. Dessa maneira, elas também

devem estar atentas aos principais objetivos da radiodifusão pública: a universalidade, a diversidade, a independência e a especificidade do serviço (UNESCO, 2001, p. 13):

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

Ao analisar o primeiro princípio básico pode-se afirmar que nenhuma emissora não-comercial brasileira é pública, pois nem mesmo a TV Brasil alcança todos os cidadãos brasileiros em todas as localidades do país. Isso é ainda mais claro quando se trata das emissoras educativas em sinal aberto, as quais são locais e exibem conteúdo dentro do Estado onde estão localizadas; e dos canais universitários na TV a cabo, que só são acessíveis para aqueles que tem condições financeiras de pagar por um pacote. Nem mesmo a transmissão de conteúdos por redes sociais e por plataformas de compartilhamento de conteúdos pela internet permite que a programação dessas emissoras chegue a todos os brasileiros, uma vez que grande parcela da população não tem acesso à internet de qualidade.

Em relação à diversidade, há uma limitação nos temas tratados, pois a totalidade das televisões universitárias foca suas programações na divulgação das atividades das instituições de ensino. Por outro lado, há mais de uma dezena de emissoras que não

exibem qualquer conteúdo jornalístico ou que acabaram com programas jornalísticos diários nos últimos anos. Outro entrave é que a TV Universitária não sabe se fala para o público em geral ou apenas para a própria comunidade acadêmica.

Esses objetivos influenciam diretamente na programação de uma TV, que passa a ser uma produtora da universidade com o propósito de veiculação apenas de conteúdos produzidos em seus campi. Em outros casos, as TVs são utilizadas como ferramenta de aprendizagem dos alunos de jornalismo e escoamento da produção acadêmica laboratorial, e tem ainda as TVs que são vistas apenas como instrumento de marketing da IES (MARTELLI, p. 91, 2012).

Ao analisar a ligação direta das emissoras com instituições de ensino superior, pode-se notar que não são completamente independentes de conflitos políticos, pois muitas vezes servem mais como veículos institucionais do que como TVs públicas. A dificuldade financeira para manutenção da estrutura é uma constante nas TVs universitárias, uma vez que a operação de um canal é uma atividade de alto custo, se comparada aos padrões de dispêndio normais das IES (PEIXOTO e PRIOLLI, 2004, p.7). No entanto, é preciso destacar que existe uma diferença significativa em relação ao financiamento das televisões universitárias, que privilegia as emissoras ligadas a IES particulares.

No caso das emissoras educativas abertas, o decreto lei 236, de 1967, determina que “as Universidades [...] deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento”. Já as emissoras que veiculam seus programas através do cabo são reguladas pela norma nº 13, instituída pelo Ministério das Comunicações em 1996, que autoriza, de certa forma, financiamento externo dos canais universitários quando estabelece que “é vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita [...], sendo permitida, no entanto, a menção ao patrocínio de programas”. Não há nenhum instrumento regulador que diga quem, como e quando pode patrocinar, ficando a critério das instituições decidir quais são mais convenientes (CALLIGARO, 2013, p.29).

Dessa maneira, as empresas privadas dominaram os canais universitários, assim como já dominavam as concessões comerciais de radiodifusão. Isso ocorreu porque as “instituições particulares têm maior capacidade de investimento e autonomia de gerenciamento e por isso se aproveitaram do espaço de forma imediata” (PREVEDELLO, 2013, p.22).

Em relação à especificidade do conteúdo da televisão universitária é necessário entender que a programação dela é uma alternativa à lógica da televisão comercial. Esse

contraponto já está determinado na acepção da TV universitária, que deve ter programação voltada à educação, cultura e cidadania (MAGALHÃES, 2002, p.15), a qual se efetiva principalmente por meio da divulgação científica e da diversidade de opiniões, abordagens e atores envolvidos. Dessa maneira, as emissoras ligadas às IES brasileiras cumprem “a missão de servir aos interesses públicos e atender aos preceitos do direito à informação e à liberdade de expressão, unindo o papel social da comunicação e o da universidade” e socializam o conhecimento gerado na academia, “possibilitando o oferecimento de uma programação regional ética, plural e democrática, voltada à construção da cidadania e às produções culturais na e da comunidade em que está inserida” (RAMALHO, 2013, p.20).

Por outro lado, a TV universitária não tem se mostrado um campo fértil de experimentação de novos formatos e gêneros, uma vez que os poucos recursos financeiros disponíveis levam a um predomínio de produções que privilegiam a palavra, como entrevistas, debates e palestras, pois são gêneros com menor custo financeiro (CALLIGARO, 2013, p.30).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao traçar as relações entre as finalidades da radiodifusão pública (UNESCO, 2011) e o trabalho desenvolvido pelas televisões ligadas às IES brasileiras, é possível concluir que elas ainda devem ultrapassar importantes barreiras para se concretizarem como emissoras públicas. Dessa maneira, a inserção delas dentro do Campo Público de Televisão se dá por causa do afastamento do modelo comercial e da impossibilidade legal de comercialização de intervalos da programação.

Tais emissoras ainda não são capazes de chegar à maioria da população brasileira, nem mesmo por meio da TV aberta, uma vez que as concessões educativas são locais. A programação também não é tão diversa quanto poderia e se volta majoritariamente a divulgação institucional e acaba por privilegiar formatos que demandam menos investimento financeiro e não se abre a experimentações. As dificuldades de manutenção também levam as televisões universitárias a terem dificuldades de manter independência em relação às instituições a que estão ligadas, os recursos vêm, quase sempre, dessa única fonte e por isso, as emissoras parecem mais institucionais do que públicas.

As contradições entre o conceitual e a prática são ainda mais sérias quando se trata de incluir as emissoras ligadas a universidades privadas, que estão nos canais de

carregamento obrigatório dos pacotes de TV paga, no Campo Público de Televisão no Brasil. Elas estão ligadas às empresas privadas e podem se utilizar de um espaço público para atender aos interesses de seus mantenedores. Dessa maneira, as televisões universitárias exibidas por operadoras a cabo, são “quase públicas”, já que “o empreendimento é privado, mas o conteúdo editorial aproxima-se das televisões não-comerciais” (POECELLO, 2002, p.8-9). Mediante essa aproximação editorial elas continuam a ser consideradas integrantes do Campo Público de Televisão no Brasil.

As finalidades da radiodifusão públicas na sua totalidade parecem ser metas ainda não alcançadas pelas televisões universitárias, que se diferenciam das concessões comerciais mais por fazerem um contraponto à suas produções, seja por ter menor qualidade, seja por se voltar para o que produzido dentro das Instituições de Ensino Superior.

Referências

BIANCO, Nelia R. Del; PINHEIRO, Elton Bruno. Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão pública brasileiro. BIANCO, Nelia R. Del; KLÖCKNER, Luciano; FERRARETTO, Luiz Artur. **80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

BRASIL. **Lei nº 4.117**, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília, DF, ago., 1962.

BRASIL. **Decreto-Lei nº 236**, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e Modifica a Lei Número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Brasília, DF, fev., 1967.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. Brasília, DF, out., 1988.

BRASIL. **Lei nº 8.977**, de 06 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e Dá Outras Providências. Brasília, DF, jan., 1995.

BRASIL. **Lei nº 11.652**, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Brasília, DF, 2008.

CALLIGARO, Donesca. TVs Universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública**. São Paulo: 2013. p. 27-32.

DUARTE, Jorge. (Org.). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. São Paulo: Editora Atlas, 2012.

FERNANDEZ, Valério Fuenzanila. Por uma Televisão Pública na América Latina. RINCÓN, O. (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich-EbertStiftung, 2002.

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

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

MARTELLI, Flávia Cortese. **TV Universitária: um modelo de gestão em construção**: TV Unaerp de Ribeirão Preto. 2012. 170 f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Estadual Paulista, 2012.

MARTELLI, Flávia Cortese; KERBAUY, Maria Teresa Miceli. TV Universitária: um modelo em construção entre o público e o privado. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública**. São Paulo: 2013. p. 15-18.

OLIVEIRA, Ricardo Borges. TV Universitária Pública: entre a sobrevivência e a convergência digital. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública**. n° 4, São Paulo: 2017. p. 06-09.

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

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV Universitária: limites e possibilidades**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

PREVEDELLO, Carine. **Televisões Universitárias Público-Estatais: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização no interior do Brasil**. 2013. 233 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

PRIOLLI, Gabriel. Estatal ou Pública? A TV que não ousa dizer o nome. **Observatório da Imprensa**, 2008.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. **O Perfil da TV Universitária e uma Proposta de Programação Interativa**. 2010. 173 f. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo, 2010.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. A contribuição dos Canais Universitários para a Comunicação Pública. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública**. vol. 0, n° 0, São Paulo: 2013. p. 19-23.

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

SIGNATES, Luiz. Comunicação como Política Pública: as adversidades da consolidação de um conceito. In: SANTOS, Nádía Maria Weber; SILVA, Newton Pinto da; OLIVEIRA, Rodrigo Cássio (Orgs.) **Comunicação Pública no Brasil: desafios e perspectivas; memórias e depoimentos**. Porto Alegre: Editora Fi, 2019.

TORVES, José Carlos. **Televisão pública**. Porto Alegre: Evangraf LTDA, 2007.

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

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