



Um perfil da TV universitária no país ¹

Flávia Cortese MARTELLI²

Maria Teresa Micheli Kerbauy³

Universidade Estadual Paulista – Unesp, Bauru, SP

RESUMO

Neste trabalho apresentam-se os resultados de uma pesquisa de campo, cujo objetivo foi traçar o perfil de um grupo de TVs universitárias no Brasil e, dessa forma, contribuir com mais informações sobre esse segmento. Como elas operam sua programação? Quais as dificuldades de manutenção? Os desafios futuros? Essas são algumas das questões levantadas na pesquisa. Entender como se desenvolveu a TV pública e a TV universitária no país também contribuiu para o conhecimento dos formatos de gestão desse setor.

PALAVRAS-CHAVE: tv universitária; tv pública; televisão.

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa parte da premissa que as TVs universitárias, que compõe o campo público da comunicação, possuem grande potencial de produção de programas educativos, mas não são detentoras de um modelo sustentável de gestão. As características que delineiam a TV universitária, tanto pertencente às instituições públicas como às privadas, ainda estão sendo formadas no país, visto que ela ainda é um fenômeno recente da televisão brasileira. Entre 1995 e 2009, o número de TVs universitárias passou de cerca de 20 para 150 emissoras, um salto quantitativo de 755% (RAMALHO, 2010), um crescimento que só foi possível graças à promulgação da Lei do Cabo que, em 1995, viabilizou a veiculação das produções das IES (Instituições de Ensino Superior) de forma gratuita, possibilitando assim o aumento desses canais. Este estudo buscou verificar essa evolução até os dias de hoje, traçando os futuros desafios

¹ Trabalho apresentado no DT 04 – Comunicação Audiovisual do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de julho de 2013.

² Mestre em Comunicação em agosto de 2012 pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faac, Unesp, Bauru, SP, email: flavia_martelli@yahoo.com.br

³ Orientadora da dissertação de mestrado defendida em agosto de 2012 pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faac, Unesp, Bauru, SP, email: kerbauy@travelnet.com.br



dessas TVs. O estudo sobre a história e o desenvolvimento das TVs universitárias no Brasil despertou vários questionamentos como: qual o espaço que uma TV universitária educativa ocupa em uma universidade? Qual sua referência na comunidade local? Por que é tão difícil manter uma programação de qualidade voltada à educação e à promoção do conhecimento? Por que a TV universitária ainda é tão pouco amparada legalmente? O que falta para a TV universitária se desenvolver efetivamente? Tantas perguntas nos levaram ao problema de pesquisa que norteou esse trabalho e que tentamos elucidar ao longo da pesquisa: De que forma o modelo de gestão de uma TV universitária - se é que existe um modelo - interfere em sua manutenção e na consolidação como TV pública? O problema levantado encontrou relações com as várias questões acima suscitadas.

O estudo do perfil de um grupo de TVs universitárias do país, compõe parte da dissertação de mestrado defendida em agosto de 2012 e foi realizado por meio de uma pesquisa de campo composta pela aplicação de um questionário estruturado com perguntas fechadas e abertas encaminhado à direção de 45 TVs universitárias afiliadas à Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU). Utilizando como técnica a análise não-probabilística do tipo intencional, esse grupo foi definido como amostra dentro da população conhecida, pois se considera que dentro desse universo, previamente escolhido, seria possível traçar o perfil do grupo e identificar diferentes modelos de gestão. O levantamento foi importante e contribuiu com informações relevantes para entender como atuam essas TVs hoje no país e suas formas de gestão, mas que nesse artigo será apresentado de forma resumida nas considerações finais.

Nas Considerações Finais foi possível traçar um perfil mais aprofundado sobre as TVs universitárias e avaliar se os diferentes modelos de gestão apresentados são fatores decisivos para o desenvolvimento dessas TVs e também para a superação das dificuldades de manutenção observadas. Dessa maneira, buscou-se colaborar na reflexão sobre o papel que essas TVs ocupam na sociedade contemporânea e contribuir no planejamento para a migração desses canais universitários, predominante instalados via cabo, para o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T) - um dos grandes desafios aqui apresentados -, ampliando o acesso à informação produzida por essas emissoras e, conseqüentemente, possibilitando a sustentabilidade das mesmas.

A TV Pública no Brasil



Para entender o papel da TV Pública no Brasil é preciso compreender como foram criadas essas TVs, assim como seu processo de regulamentação ou desregulamentação, uma vez que a legislação do setor – como demonstrada no capítulo anterior – constitui-se em um caos regulatório. Confusão que pode ser vista no próprio significado de TV pública, também chamada de TV educativa, TV estatal, TV comunitária e TV universitária, essa última objeto de estudo desta pesquisa.

A Constituição de 1988, em seu artigo 223, criou o princípio de modelo tríplice para a televisão brasileira, que consistia no “o princípio da complementariedade dos sistemas privado, público e estatal” (BRASIL, 1988). Entretanto, ele ficou restrito ao plano das ideias e jamais foi regulamentado, embora tenha acrescentado um novo elemento que se confunde ao termo público, o estatal. “O cidadão médio não sabe a diferença entre público e estatal e a mídia não está interessada em desfazer esta confusão” (DINES, 2007). Bucci (2008) explica que nem a própria Constituição, quando criou o princípio da complementariedade, fez uma distinção clara do que seja público e estatal e nessa indefinição prevaleceu o senso comum.

A comunicação estatal é aquela que ‘defende o ponto de vista do governo’ e a pública é ‘aquela que dá voz à sociedade’(...) que este aí é um sofisma cuja intenção é demonizar o estatal, que teria de nascer a sina governista, e santificar o ‘público’, que jamais cairia em tentação. (BUCCI, 2008, p.260).

O autor ressalta que não se pode esquecer que o estatal também é público e deveria seguir os mesmos preceitos, embora a comunicação pública ainda não seja compreendida no Brasil e haja muitas distorções de sentido e finalidade. Prioli (2008) faz a distinção sob o ponto de vista de manutenção financeira, sendo TV estatal aquela cuja gestão é financiada pelo Estado, enquanto a TV pública teria financiamento tanto do Estado (federal ou estadual) quanto do mercado na forma de patrocínio. Segundo o autor, a TV pública, em tese, estaria submetida a um conselho de representantes da sociedade para orientar a linha editorial e gerir a emissora.

A palavra público vem do latim “*publicus*”, que significa vindo do povo. A partir dessa definição destaque-se que outras TVs estão inseridas no campo público. São elas as TVs comunitárias, as TVs universitárias (tanto públicas como privadas), a TV do Senado, da Justiça e da Câmara.



O problema é que, na prática, essa diferenciação não funciona. A televisão pública, entre nós, ainda é apenas um rótulo, ou no máximo um projeto. É um rótulo para todos aqueles que julgam insuficiente o conceito de televisão educativa, o único que está tipificado em lei para distinguir a televisão não-comercial. Como acreditam que a simples idéia de educação pela TV aborrece o público, não poucos operadores desse campo passaram a utilizar o termo ‘televisão pública’, mais palatável e ‘vendável’. Outros, por sua vez, encaram 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. (PRIOLLI, 2008)

Foi na indefinição do que vem a ser a comunicação pública de televisão, que a TV comercial desenvolveu-se objetivando entretenimento e lucro, cabendo ao Estado promover através da criação de uma televisão pública o projeto de educação. Antes mesmo do golpe de 1964, os militares criaram a Liga de Defesa Nacional, que tinha como um dos objetivos criar uma televisão aos moldes da TV norte-americana, tida como um amplo sistema de televisão educativa. Uma história marcada por lacunas legais, falta de regulamentação, de modelo de negócio e de um conceito objetivo sobre o que representa o campo público de televisão, no qual estão inseridas essas emissoras, sejam elas estatais, públicas ou privadas (CAPPARELLI, 1982).

No Brasil, a radiodifusão chamada pública nasce em dois modelos: o estatal *stricto sensu* e os canais educativos. A primeira emissora educativa a entrar no ar foi a TV Universitária de Pernambuco, em 67. Mas como a implantação das TVs públicas se deu sem obedecer a um planejamento que decorre de uma política setorial de governo, entre 1967 e 1974 surgem nove emissoras educativas, cujas origens e vinculação eram as mais diversas. (BARBOSA, 2008, p.50)

Algumas dessas TVs educativas⁴ estavam ligadas diretamente às secretarias estaduais de Educação, Cultura ou Comunicação, outras ao Ministério da Educação, além de serem constituídas juridicamente de diferentes formas. Umas foram estabelecidas por meio de fundações de direito público, outras por autarquias, privadas, empresas de economia mista, organizações sociais e organizações sociais de interesse público (OSIP) (OTONDO, 2008). Segundo Pieranti (2007), em 1971, as emissoras educativas atingiam 94% da população brasileira e eram as responsáveis por difundir a

⁴ São elas TVE do Amazonas, TVE do Ceará, TVE do Espírito Santo, TVE do Maranhão, TVU de Pernambuco, TVE do Rio de Janeiro, TVU do Rio Grande do Norte, TVE do Rio Grande do Sul, TV Cultura de São Paulo (BARBOSA, 2008, p.50).



política educacional dos governos militares. Entretanto, o decreto-lei 263/67 que instituiu as TVs educativas era claro quanto à proibição de publicidade e patrocínios. O artigo 13 do decreto-lei expressa que “a televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates”. E os primeiros programas educativos foram veiculados na televisão por imposição do governo. “O primeiro público que se pretendia atingir com isso era o dos 15 milhões de jovens e adultos sem escolarização” (OTONDO, 2002, p.272).

Em 1961, os Diários Associados abriram espaço para a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo com quatro horas de cursos diários, surgindo assim a TV Cultura de São Paulo. Ligada ao governo do estado, foi a primeira TV educativa a produzir programas educativo-didáticos direcionados ao Ensino Fundamental. Logo depois, em 1978, passou a produzir o Telecurso 2º Grau com apoio da Fundação Roberto Marinho. A TVE do Rio de Janeiro, ligada ao governo federal, também enveredou por esse caminho, criando novelas pedagógicas⁵ (ADORYAN, 2004).

Sem a permissão de captação de verbas externas e dependentes única e exclusivamente, em sua maioria, da máquina estatal, as TVs educativas, ao longo do tempo, tornaram-se obsoletas e sucateadas. Durante visita às emissoras em 1972, consultores da Unesco avaliaram que havia falta de equipamentos, conflitos em seus objetivos regionais de programação, falta de preparo da equipe e de interesse dos órgãos federais em manutenção adequada das emissoras (CAPPARELLI, 1982).

De fato, as emissoras não-comerciais tiveram um limitado crescimento em sua aceitação pelos telespectadores. As duas redes nacionais – Educativa e Cultura – e as emissoras independentes, vinculadas a estados e a universidades, continuam operando com pouquíssimos recursos e vivendo uma longa, profunda e conceitual crise sobre o seu verdadeiro papel no ambiente da indústria televisiva nacional. (JAMBEIRO, 2008, p.96)

A TV educativa busca encontrar meios de administrar financeiramente suas estações, manter a qualidade na programação e sua independência com relação ao governo, que atualmente é responsável pela maior parte do sustento dessas televisões. A verba governamental quase sempre é insuficiente para manter os custos de um canal de televisão, sendo, na maior parte das vezes, complementadas por parcerias e apoios

⁵ A Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa, FCTVE (TVE do Rio), produziu a primeira novela pedagógica chamada de “João da Silva” (ADORYAN, 2004).



institucionais (MATTOS, 2003). Na tentativa de unir forças, desde o surgimento da TV educativa, inúmeras iniciativas buscaram unificar as várias emissoras numa mesma grade de programação, mas a diversidade técnica, administrativa e os interesses políticos impediram a formação de uma rede educativa de caráter público. A partir da Lei do Cabo de 1995 surgiu uma nova possibilidade de crescimento das televisões públicas, porém não sem antes resolver o que deveria ser esse campo.

O avanço obtido em termos do que se define como radiodifusão pública no país veio com a lei que regulou a cabodifusão, que criou os ‘canais de uso público’ e estabeleceu a obrigatoriedade das operadoras de TV a cabo de veicularem tais canais: comunitário; Senado; Câmara Federal; canal Legislativo municipal/estadual; canal da Justiça; universitário e canal educativo-cultural. Em sua origem, eles já demonstravam uma falta de clareza entre o que se entende por comunicação pública e o que se entende por estatal. (BARBOSA, 2008, p.50)

De acordo com Bucci (2008), esse mal entendido vem da crença que as emissoras estatais existem para fazer propaganda das autoridades ligadas às instituições como a Câmara, o Senado e a Justiça, a chamada comunicação institucional muito utilizada no Estado brasileiro. O autor alerta para o risco dessa comunicação que, embora inserida no universo da comunicação pública, constitui-se quase prioritariamente em um corporativismo contrário ao interesse público.

Assim como no Brasil, a TV pública na América Latina surgiu na década de 60, sob a égide de regimes autoritários e com as mesmas dificuldades brasileiras de entendimento do caráter público dessas emissoras. “Na América Latina, as televisões nascem estatais antes que públicas, e muito rapidamente são privatizadas, dependendo maciçamente da indústria americana na programação e no modelo de produção” (BARBOSA, 2008, p.50).

Segundo Jesús Martín-Barbero (2002, p.46), os países latino-americanos precisam “como nunca antes precisaram, da existência clara e operante de uma televisão pública”. Para isso, devem partir da noção de espaço público como algo “plural, heterogêneo, diverso, e conflitivo, como a sociedade” (MORAES, 2011, p.56). Desse modo, talvez o que falta para a comunicação pública não sejam rótulos, mas que ela proporcione acesso à informação de qualidade, à cultura, ao conhecimento e à tecnologia, pois ela “faz parte dos bens públicos e não deve ser monopolizada por atores privados” (MORAES, 2011, p.56).



Para Laurindo Leal Filho (2007), a força de uma TV pública pode estar na forma como é mantida que, segundo ele, deve ser originária de várias fontes de recursos evitando que a TV pública fique na dependência de apenas um financiador. O autor destaca a BBC (British Broadcasting Corporation) de Londres, criada em 1983 e mantida pelo mercado⁶, um modelo próximo do ideal dos princípios que norteiam o serviço público. O modelo de comunicação pública adotado em um país é reflexo do desenvolvimento político e social e, por isso, nem sempre um modelo britânico de televisão encaixa-se no Brasil (OTONDO, 2008).

Na América Latina, um desequilibrado sistema televisivo que desconhece o direito do cidadão à comunicação e à informação produz uma sociedade mal informada. A pergunta então permanece atual – qual modelo de televisão é melhor para este ou aquele país? (OTONDO, 2008, p.196)

Na busca por uma identidade e no emaranhado de leis e decretos, que mais confundem do que regulamentam, foi criada a TV Brasil⁷ através da Empresa Brasil de Comunicação, a EBC. Em dezembro de 2007, a TV foi ao ar e unificou a TV Nacional de Brasília (Radiobrás), a TVE do Rio de Janeiro e a TVE do Maranhão. A TV Brasil surgiu com a promessa de se tornar uma TV pública unificada e livre de qualquer influência do Estado e com o objetivo de integrar e gerir as emissoras federais já existentes, instituindo o Sistema Público de Comunicação e a implantação de uma Rede Nacional de Comunicação Pública (BARBOSA, 2008). Para Otondo (2008), o anúncio de uma “nova TV pública” no país com verba de R\$250 milhões, confundiu ainda mais o setor.

O novo canal, logo batizado pela imprensa de ‘a televisão do Lula’, ocuparia um dos quatro canais digitais do Executivo, previstos no decreto 5820 de 26 de junho de 2006, que optou pelo modelo japonês de modulação digital e implantou o Sistema Brasileiro de Televisão Digital Terrestre (SBTVD-T). (OTONDO, 2008, p.126)

⁶ Todos os britânicos proprietários de um aparelho de televisão pagam ao ano a *licence fee*, uma taxa anual de 145,45 de libras esterlinas, que convertida para o real representava R\$ 458,33 em junho de 2012. Informação disponível em: http://www.direct.gov.uk/en/N11/Newsroom/DG_190845. Acesso em: 5 jul. 2012.

⁷ A EBC foi criada pela Medida Provisória 398, editada em outubro de 2007 e depois convertida pelo Congresso na Lei Ordinária 11.652/2008.



Segundo Barbosa (2008), a TV Brasil nasceu sem mecanismos de participação da sociedade, resultando em um órgão elitista e com forte presença governamental, de modo que “o Presidente da República tem o poder de indicar 80% dos membros do Conselho Administrativo e 95% dos integrantes do Conselho Curador - responsável pelas diretrizes e linha editorial” (BARBOSA, 2008, p.53). Para Lobato (2009), o governo perdeu a grande chance de organizar o setor público da comunicação televisiva, deixando de lado as TVs educativas, que ficaram a mercê de um decreto datado de 1967, o qual limita a programação e a busca por recursos externos para sua manutenção, diferentemente da TV Brasil que tem a liberdade para captar recursos e patrocínios culturais, acesso a um fundo para fomento da radiodifusão pública e autonomia para escolher sua própria programação.

Atualmente, a legislação proíbe [as emissoras educativas] a veiculação de qualquer tipo de publicidade, tendo sido permitido a partir da Lei Sarney de 1986⁸, a captação por meio de patrocínios. No entanto, a maioria absoluta das emissoras se utiliza da venda de anúncios como fonte central de receitas. (INTERVOZES, 2009, p.282).

A proibição deixou as emissoras educativas na ilegalidade e, vez ou outra, elas são punidas por tribunais de contas estaduais por receberem esses recursos (LOBATO, 2009). Outro desafio que as TVs educativas devem encontrar é a migração para o sistema de TV digital, realidade já garantida para a TV Brasil, que além de representar ainda mais investimentos nessa transição, pode deixar muita TV pública fora do ar por questões técnicas e da indefinição sobre onde irão operar no espectro digital. Jambeiro (2008) lembra que essa transição deve ser orquestrada pelos mesmos grupos que até hoje lideram os meios de comunicação de massa e estão apoiados por leis ultrapassadas e que não regulam o setor.

Não se pode esquecer ainda de outro grande desafio, a transformação que a comunicação vive hoje com a revolução da sociedade da informação promovida pela Internet por conta da convergência. Os grandes conglomerados da comunicação e da telefonia que hoje têm acesso e disputam esse mercado poderão se tornar, como vem acontecendo em alguns países, coparticipantes de um mercado de comunicações de

⁸ Lei nº 7.505, de 02/07/1986, também conhecida como Lei Sarney, instituiu benefícios fiscais às operações de caráter cultural e artístico. Essa lei previa expressamente que as pessoas jurídicas que viessem a produzir tais operações pudessem receber doações, patrocínios e investimentos e, ainda pudessem divulgá-los. Disponível em: <http://www.radiodifusaoeducativa.blogspot.com.br/>. Acesso em: 10 jul. 2012.



dimensões continentais. Tais discussões levantadas incitam a reflexões sobre as barreiras constitucionais no Brasil no que tange à convergência midiática e ao desenvolvimento do Sistema Brasileiro de Televisão Digital em vista à disputa entre radiodifusores e empresas de telecomunicações (CABALLERO; DOMINGUEZ, 2008).

História e desenvolvimento das TVs universitárias

Entender como funciona o campo público da comunicação de televisão no país passa pela compreensão do que é uma TV universitária, uma vez que ela, apesar de ser nova e ainda estar em construção, tem crescido muito dentro desse campo. O desenvolvimento das TVs universitárias no país se deu apenas após a promulgação da Lei do Cabo em 1995, embora a primeira TV universitária no Brasil tenha surgido no Recife, em 1967, através de uma outorga de canal educativo com sinal aberto concedido à Universidade Federal de Pernambuco. Mas, segundo Porcello (2000, p. 79), a TV é “universitária apenas no nome, pois pertence ao segmento das emissoras educativas que não tem vínculo algum com a universidade”.

O que impulsionou a abertura de televisões ligadas às Instituições de Ensino Superior, IES, foi à criação de canais básicos de utilização gratuita pelo sistema de televisão via cabo. Esses canais foram destinados ao segmento de TVs públicas, dentre elas as universitárias, tendo como característica a veiculação local. Ela é feita por meio de um canal universitário, que devia ser compartilhado entre as universidades, mas devido à mudança da lei apelidada de nova lei do audiovisual, lei 12.485/11, agora pode ser dividida também com centros universitários e demais instituições de ensino superior. “O uso do canal é de responsabilidade exclusiva da instituição que deve arcar com todos os custos mas tem limitações quanto à forma de fazer frente a esses custos. A propaganda comercial é proibida” (PORCELLO, 2000, p.74).

É bom que se compreenda que o conceito de canal tem significados diferentes para a TV aberta e para a TV por assinatura. Na TV aberta, as empresas são responsáveis não apenas em produzir, mas também em enviar o sinal até os aparelhos receptores constituindo-se em canais. Já na TV por assinatura, o “canal carrega o conceito de ‘antena coletiva’ sendo compartilhado entre as universidades localizadas no município de abrangência da operadora” (RAMALHO, 2010, p.57).

Nesse contexto, Ramalho (2010) apresenta dados que indicam um salto quantitativo de 755% na quantidade de TVs universitárias no país, entre 1995 e 2009. O



número passou de 20 TVs para aproximadamente 150 em quase 14 anos. Mas apesar do grande crescimento apresentado nos últimos anos, a televisão universitária ainda apresenta muitos problemas que a impediram de se consolidar como uma televisão de qualidade. Um dos maiores deles e de grande importância reside no campo conceitual, uma vez que tem sido difícil definir como é esse modelo de televisão.

A Lei do Cabo efetivamente colocou de volta no horizonte a TV universitária, que existe há mais de 40 anos, e que nos anos da ditadura, foi criada como estratégia do governo militar para colocar em paralelo uma ideia de uma televisão educativa com o objetivo de promover a educação e a profissionalização. (informação verbal)⁹

Um objetivo que parece claro quando se define a TV universitária como uma emissora ligada à universidade, que por tratar-se de uma TV pública, ou seja, sem fins lucrativos, deve ser mantida pela própria instituição acadêmica estando comprometida com ela e com o intuito de transformar o conhecimento armazenado na universidade em informação compreensível por toda a população (RAMALHO, 2007). Entretanto, o papel da TV universitária ainda é muito discutido dentro da Universidade e, segundo Porcello (2000), esse é um dos problemas por ela enfrentados.

(...) televisão e universidade nunca antes se encontraram em um projeto dessa natureza, pois há apenas três décadas, nos anos 70, a televisão sequer era estudada pela universidade. Não seria exagero dizer que a universidade desprezava a TV. A evolução tecnológica modificou esse panorama (...) Mas a simples concessão deste espaço não assegura por si só a garantia de que a universidade poderá fazer uso da TV. (PORCELLO, 2000, p.89)

Para Marcovitch (1998), desde seu surgimento a televisão é tratada pela escola como uma inimiga, mas com o desenvolvimento da mídia eletrônica é necessário repensar essa rivalidade e transformá-la em complementariedade. É dessa forma que a TV universitária pode se inserir, desde que encontre uma maneira para conseguir se aproximar da comunidade onde está inserida. “É claro que não vou questionar a competência das instituições de ensino superior, mas acho que a TV universitária faz ainda muitas coisas que considera importantes a partir da sua vivência” (informação

⁹ Informação fornecida por Cláudio Magalhães, presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária, ABTU, até março de 2012 e membro atual do Conselho da Associação, em entrevista concedida à Flávia Martelli via Skype, em agosto de 2011.



verbal)¹⁰. Gatarossa (2012) considera ainda que é necessário trabalhar programas mais interessantes, ouvir mais a sociedade e conhecer as necessidades locais.

Para pensar numa programação para a TV universitária e atrair o público, é preciso partir da própria dificuldade de compreensão do conceito de televisão universitária, que ainda é ambíguo. Muitos acreditam que os canais universitários são apenas TV laboratório, onde os estudantes produzem programas orientados por professores, visando tão somente a capacitação profissional desses alunos para o mercado de trabalho. Entretanto, outros defendem a ideia de uma TV feita para os estudantes e voltada exclusivamente para suprir os interesses desse público (PORCELLO, 2002).

A ABTU define a TV universitária como aquela que é produzida pelas IES ou coordenada por elas. Ela veicula a programação em canais de televisão abertos ou pagos, na internet ou em circuitos fechados, com conteúdos voltados à educação, cultura e cidadania, com a participação de estudantes, professores e funcionários da IES, de modo que ela ainda pode fazer parte do processo laboratorial de aprendizado dos cursos de Comunicação Social. A tentativa de pensar um modelo começou a ser discutida no I Fórum de TV Universitária em Caxias do Sul, em 1997.

Nós passamos três anos discutindo se deveria ter um modelo de TV universitária. E no final concluímos que não. Senão nós estaríamos repetindo exatamente o que mais condenamos na televisão brasileira que é existir um modelo único de televisão comercial e todas as outras copiarem. E universidade representa diversidade, a única premissa básica é manter uma grade de programação voltada para a cultura e a educação. (informação verbal)¹¹

A diversidade também é notada nas diferentes formas de gestão das TVs e isso ocorre pela maneira como foram constituídas dentro das próprias IES. Algumas televisões têm sua administração ligada às reitorias das universidades, outras às assessorias de imprensa e comunicação ou ainda instaladas por meio dos cursos de comunicação e isso contribui para a diversidade de objetivos. Ortiz (2012)¹² aponta para

¹⁰ Informação fornecida por Angela Biudes Gatarossa, representante da TV Unip no grupo Gestor do Canal Universitário de Ribeirão Preto, em entrevista concedida à Flávia Martelli em Ribeirão Preto, no dia 12 de maio de 2012.

¹¹ Informação fornecida por Cláudio Magalhães, presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária, ABTU, até março de 2012 e membro atual do Conselho da Associação, em entrevista concedida à Flávia Martelli via Skype, em agosto de 2011.

¹² Informação fornecida por Pedro Ortiz, diretor da TV USP de São Paulo – SP e vice-presidente da ABTU, em entrevista concedida à Flávia Martelli em São Paulo, no dia 26 de abril de 2012.



o caminho da institucionalização e afirma que uma das grandes dificuldades ainda é a TV universitária ser reconhecida não só na comunidade local como também no meio acadêmico interno.

Quando eu falo em institucionalizar, não é virar ‘chapa branca’¹³, é ela criar dentro do seu sistema administrativo, orçamentário, gestor, a figura jurídica, administrativa da sua TV, seja ela ligada ao Curso de Comunicação, a uma reitoria, pró-reitoria ou vice-reitoria ou a uma estrutura de comunicação. Somos um órgão de mídia, temos que ter essa relação para passar assuntos institucionais, mas esses órgãos não podem comandar uma TV. (informação verbal)¹⁴

Ortiz (2012)¹⁵ complementa que é importante criar uma entidade institucional para a TV, que tenha um regimento com a possibilidade de um conselho curador, deliberativo, consultivo ou ainda de programação, que possa apontar caminhos estratégicos planejamento e assessorar em projetos. Magalhães (2011)¹⁶ concorda que não há um modelo de negócio para a TV universitária, que é mantida quase que exclusivamente pela a IES. Mas, segundo ele, é preciso criar caminhos para a viabilidade financeira do veículo, sendo a publicidade em forma de apoio cultural, o financiamento por meio da criação de projetos audiovisuais e a busca de parcerias que apoiem com verbas, sejam elas de instituições públicas ou privadas, algumas de suas sugestões.

O nosso problema no Brasil é que os projeto de comunicação audiovisual nasceram a partir da televisão comercial, então nós temos uma dificuldade muito grande de pensar outras lógicas de recursos que não repliquem as soluções que foram construídas por esses projetos. (informação verbal)¹⁷

Para Reis Junior (2011)¹⁸, o desafio da televisão que está no campo público é reinventar os caminhos de financiamento e de sustentação, tanto de sua infraestrutura

¹³ “Chapa branca” é uma expressão que deriva das placas brancas de veículos oficiais. Algo relativo ao Governo ou aos seus órgãos de poder. Disponível em: <http://www.dicionarioinformal.com.br/chapa-branca/>. Acesso em: 8 jul. 2012.

¹⁴ Ibid. (2012).

¹⁵ Ibid. (2012).

¹⁶ Informação fornecida por Cláudio Magalhães, presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária, ABTU, até março de 2012 e membro atual do Conselho da Associação, em entrevista concedida à Flávia Martelli via Skype, em agosto de 2011.

¹⁷ Informação fornecida por João Alves dos Reis Junior, o João Alegria, gerente de programação, jornalismo e engenharia do Canal Futura, em palestra realizada no XII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária na UFPB, em João Pessoa, Paraíba, no dia 8 de dezembro de 2011.

¹⁸ Ibid. (2011).



como dos conteúdos que produz. Soluções que, segundo ele, ainda não foram encontradas, mas devem ser prioritárias desde que permitam a independência editorial, pois “é muito importante que esse tipo de televisão esteja desatrelada, acho um desafio ainda maior, porque o contexto mundial aponta para uma outra coisa” (informação verbal)¹⁹.

CONSIDERAÇÕES

Pelo exposto é possível concluir que as TVs universitárias não possuem um modelo único de gestão e isso se dá por várias razões. Primeiramente essas TVs estão ligadas às políticas de gestão das IES, que possuem diferentes especificidades. Dessa forma, as TVs seguem os regimentos internos das instituições, faltando autonomia de gestão na maior parte dos casos. A falta de um modelo de gestão pode ser observada também pelo modo como essas TVs foram constituídas e estão subordinadas a diferentes departamentos da universidade. Algumas TVs estão ligadas às reitorias, outras às assessorias de imprensa ou aos cursos de comunicação, gerando diferentes objetivos. 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.

Fazer televisão ainda é algo novo para as universidades que estão focadas no ensino, na pesquisa e na extensão – alicerces do ensino superior -, e ainda não conseguiram entender como uma televisão pode ser um dos elementos de estruturação e inovação da universidade, fazendo parte de um processo planejado de comunicação. Ao invés disso, criam-se barreiras ideológicas e políticas que impedem o desenvolvimento dessa mídia, que deveria ser tratada e considerada como tal e não apenas como mais um departamento da IES. Isso gera um conflito da própria definição do que é e para que serve uma TV universitária, saber qual a sua missão não apenas para as IES, mas também dentro do campo público, reflexão que deve ser realizada para o amadurecimento dessas TVs, que fazem parte de um cenário novo e diverso.

¹⁹ Ibid. (2011).



REFERÊNCIAS

- ABNT. Associação Brasileira de Normas Técnicas. **Net**, São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br>>. Acesso em: 30 maio 2012.
- ABTU. Associação Brasileira de Televisões Universitárias: O canal da TV Universitária. **Net**, São Paulo, 2010. Disponível em <<http://abtu.org.br>>. Acesso em: 1 jul. 2012.
- ADORYAN, Adriano. **A USP e sua TV: Um projeto de Universidade dentro da TV**. 2004. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- BARBOSA, Bia. TV Brasil: o faz-de-conta da emissora pública. **Revista Adusp**, São Paulo, n. 42, p. 49-54, janeiro de 2008.
- BAUER, Martin W.; GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 4. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.
- BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. **Net**, Brasília, 2012. Disponível em: <<http://ibge.org.br>>. Acesso em: 31 jul. 2012.
- BRASIL. Ministério da Comunicação – MINICOM. **Net**, Brasília, s/d. Disponível em <<http://www.mc.gov.br>>. Acesso em: 16 jul. 2012.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995**. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e dá outras providências. Brasília, 1995. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18977.htm>. Acesso em: 6 ago. 2010.
- BUCCI, Eugênio. A audiência na TV pública. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 26 mar. 2009. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=530JDB009>>. Acesso em: 14 fev. 2012.
- BUCCI, Eugênio. **Em Brasília, 19 horas: a guerra entre a chapa branca e o direito à informação no primeiro governo Lula**. Rio de Janeiro: Record, 2008.
- CABALLERO, Francisco Sierra; DOMINGUEZ, José Manuel Moreno. **Comunicación y cultura em Iberoamerica**. El reto de las políticas públicas en la sociedad global. Madrid/ESP: Visionnet, 2008.
- CAPPARELLI, Sérgio. **Televisão e capitalismo no Brasil**. Porto Alegre. L&PM, 1982.
- DINES, Alberto. A novela da falsa TV pública. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 15 mar. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_novela_da_falsa_tv_publica>. Acesso em: 10 dez. 2011.



FRADKIN, Alexandre. **História da televisão pública/educativa**. Rio de Janeiro: FNDC, s/d. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/HistoriaTVEducativa.doc>>. Acesso em: 18 nov. 2010.

INTERVOZES. Propostas do Intervozes para a I Conferência Nacional de Comunicação: Contribuições a um programa para a efetivação do Direito Humano à Comunicação no Brasil. **Net**, 2009. Disponível em: <<http://www.intervozes.org.br/publicacoes/documentos/propostas-do-intervozes-para-a-conferencia-nacional-de-comunicacao/Intervozes02-Propostascompleto.pdf>> . Acesso em: 15 fev. 2010.

JAMBEIRO, Othon. A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos? **Estudos de Sociologia**, Araraquara, n. 24, p. 85-104, 1º sem. 2008, p. 85-104. Disponível em: <[http://www.fclar.unesp.br/seer/index.php?journal=estudos&page=issue&op=view&path\[\]=181](http://www.fclar.unesp.br/seer/index.php?journal=estudos&page=issue&op=view&path[]=181)>. Acesso em: dez. 2011.

LEAL FILHO, Laurindo. Não temos canais efetivamente públicos no Brasil. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 13 fev. 2007. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=420IPB004>>. Acesso em: 2 jul. 2012.

LOBATO, Elvira. Lei de 67 deixa emissoras educativas na ilegalidade. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 25 maio 2009., Caderno Brasil. p. A9.

MAGALHÃES, Cláudio. TVs universitárias: uma televisão diferente. **Observatório da Imprensa: Diretório Acadêmico**, São Paulo, 2003. Disponível em: <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos/da111120031p.htm>>. Acesso em: 20 ago.2009.

MARCOVITH, Jacques. **A universidade (im)possível**. São Paulo: Futura Siciliano, 1998.

MATTOS, Laura. BBC traz seu modelo à TV pública nacional. **Folha Online**. São Paulo, 2003. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u33886.shtml>>. Acesso em: 26 nov. 2010.

MORAES, Denis de. **Vozes abertas da América Latina: Estado, políticas públicas e democratização da comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X: Fajerj, 2011.

NETO, Pedro Luiz Costa. **Estatística: Formas de amostragem**. São Paulo: Ed. Blucher Ltda, 1977. Disponível em: <<http://www.dcce.ibilce.unesp.br/~adriana/engali/Formasdeamostragem.pdf>>. Acesso em: 5 maio 2012.

OTONDO, Teresa Montero. Experiência - TV Cultura: a diferença que importa. In: RINCÓN, Omar (Org.). **Televisão Pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Friedrich Ebert Stiftung, 2002. p. 267 - 200.



OTONDO, Teresa Montero. **Televisão pública na América Latina: para quê e para quem?** 2008. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Integração da América Latina da Universidade de São Paulo – PROLAMQUSP, São Paulo, 2008.

PIERANTI, Octavio Pena. **Políticas públicas para radiodifusão e imprensa.** Rio de Janeiro. Ed. FGV, 2007.

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

PRIOLLI, Gabriel. A nova rede se enreda: TV Brasil, teia de equívocos. **Observatório da Imprensa, TV em Questão**, São Paulo, 2007. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=446TVQ005>>. Acesso em: dez. 2010.

PRIOLLI, Gabriel. Estatal ou pública? A TV que não ousa dizer o nome. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=470TVQ001>>. Acesso em: 4 ago. 2010.

RAMALHO, Alzimar R. **O perfil da TV universitária e uma proposta de programação interativa.** Tese de Doutorado - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

RAMALHO, Alzimar R. **A TV universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV FEMA em Assis (SP).** 2005. Dissertação de Mestrado em Comunicação: Mídia e Cultura - Universidade de Marília, Marília, 2007.

VOLPATO, Gilson Luiz; BARRETO, Rodrigo E. **Estatística sem dor.** 1.ed. Botucatu: Best Writing, 2011.