

A contribuição dos canais universitários para a comunicação pública

Autora: Alzimar Rodrigues Ramalho

Titulação: Pós-doutora em Comunicação Social

Contato: alzimar@usp.br

Instituto de Educação Superior de Brasília

Resumo: Os canais universitários fazem parte de um segmento audiovisual em franco crescimento no Brasil. Criados em 1995, com a promulgação da lei 9.877 (Lei da Cabodifusão), atualmente cerca de 100 universidades e instituições de ensino superior possuem programação televisiva em todo o país, possibilitando à comunidade o acesso democrático à informação produzida nos meios acadêmicos. O presente trabalho tem por objetivo demonstrar o caráter público das emissoras de TV universitárias, pois por não terem fins lucrativos e com a proibição legal de anúncios publicitários (exceto apoios culturais, conforme legislação dos canais públicos e educativos), são mantidos por universidades, centros universitários ou instituições de ensino superior (IES). E ao contrário do canal comercial, onde uma única empresa transmite sua programação seguindo critérios próprios de qualidade, no Canal Universitário quanto maior for a participação de instituições de ensino superior com sede em uma cidade, maior será a pluralidade de opiniões. Além da divulgação institucional, essas emissoras promovem a educação, o ensino e a cidadania, servindo como instrumento de sociabilidade entre o ambiente acadêmico e a comunidade, cumprindo assim sua responsabilidade social.

Palavras-chave: Canal Universitário - TV Pública - Extensão Universitária

O Canal Universitário é uma garantia prevista na Lei 8.977, de 6 de janeiro de 1995, conhecida como Lei da Cabodifusão, que obriga as operadoras de TV a Cabo a disponibilizarem canais de acesso gratuitos e públicos, tais como TVs educativas, legislativas e comunitárias, para as universidades com sede no município onde estão localizadas essas operadoras. Embora não seja o único meio de veiculação das produções audiovisuais produzidas pela Universidade (há canais abertos em sistema VHF ou UHF, via satélite, pela internet e em circuito fechado) essa lei proporcionou um grande avanço no número de emissoras de TVs Universitárias em todo o país.

Conforme dados da ABTU - Associação Brasileira de TVs Universitárias, em outubro de 2004 estão em atividade cerca de 100 emissoras mantidas por universidades, instituições e ensino superior (IES) e órgãos de pesquisa¹. A programação é veiculada em canais universitários na TV a Cabo, em TVs abertas, na internet e em MMDS (Serviço de Distribuição de Sinais Multiponto e Multicanais), sendo que algumas mantêm programação em dois suportes - cabo e abertas. No caso dos canais universitários, alguns são mantidos em consórcio entre várias instituições, e outros contam com apenas uma instituição. Segundo levantamento da entidade, são 56 canais universitários no Brasil, sendo 39 na TV a Cabo, 21 na TV aberta, sete veiculados pela internet e um no sistema MMDS. Outras 17 IES estão na TV comercial (nove no sistema de cabo e oito na TV aberta).

Sem fins lucrativos e com a proibição legal de veiculação de anúncios publici-

tários (exceto apoios culturais, conforme legislação dos canais públicos e educativos), essas emissoras são mantidas por universidades, centros universitários, instituições de ensino superior ou organismos de pesquisa, e têm como objetivo a socialização do saber produzido por essas instituições, assim como estabelecer um vínculo entre a academia e a comunidade da qual está inserida. A TV universitária, em última instância, deve seguir as premissas básicas que norteiam o ensino superior, contemplando as atividades de ensino, a pesquisa e a extensão. A contribuição dos canais universitários para a comunicação pública pode ser compreendida na carta de princípios aprovada em janeiro de 2004 pela Associação Brasileira de TVs Universitárias, que demonstra a preocupação social dos veículos universitários de comunicação eletrônica. De acordo com o item 6 do documento,

¹ O mapa das televisões universitárias no Brasil está disponível no site www.abtu.org.br

“... a programação das emissoras deve constituir um ambiente privilegiado para a reflexão crítica aliada à produção de conteúdo inovador e experimental, tendo como compromisso a busca de nova construção estética, num esforço de ruptura com as matrizes de produção televisiva e de promoção de uma produção de sentidos transformadora desse cenário contemporâneo de exclusão;”

Sobre o compromisso com a comuni-

dade, o item 7 preconiza:

“... as TVs Universitárias têm, portanto, compromisso com a produção de conteúdo voltado para a educação, a promoção da cultura e do desenvolvimento regional e prestação de serviços, constituindo-se também num espaço para a pesquisa e experimentação de novas linguagens, formatos e narrativas, além de contribuir criticamente para a formação de um novo profissional de Comunicação.”

Conforme Magalhães (2002, pág. 50), a TVU deve “servir de contraponto. Uma alternativa, um antirreferencial, um lugar onde a prioridade é a integração, a comunicação na acepção correta e etimológica, de ‘colocar em comum’. A Televisão Universitária oferece a oportunidade de uma integração ativa entre ensino, pesquisa, extensão, sociabilizando seus atores principais: alunos, professores, dirigentes, funcionários e a comunidade onde atua”.

1. Canal universitário e a pluralidade de opiniões

Apesar da definição legal de que o canal universitário deva ser compartilhado por ‘universidades’, é frequente a utilização do sinal por apenas uma instituição, ou ainda a realização de consórcios que possibilitem a participação de centros universitários e instituições de ensino superior isoladas. A lei determina que as universidades com sede na cidade onde está instalada a operadora de TV a Cabo podem solicitar o sinal, que deverá estar

acessível a todo assinante de televisão a cabo, independente do plano escolhido. O parágrafo 8 deixa claro que “a operadora de TV a Cabo não terá responsabilidade alguma sobre o conteúdo da programação veiculada (...), nem estará obrigado a fornecer infraestrutura para a produção dos programas”. A maioria das emissoras de TVs Universitárias é mantida por recursos próprios previstos no orçamento das instituições as quais estão vinculadas, visto haver proibição legal de veiculação de propaganda comercial, exceto apoios culturais, que pouco contribuem para fazer frente aos custos de produção.

Ao contrário do canal aberto (seja ele comercial ou público), onde uma única empresa ou instituição transmite sua programação seguindo critérios únicos de qualidade, no Canal Universitário quanto maior for a participação de instituições de ensino superior, maior será a pluralidade de opiniões. Todavia, pode ocorrer de apenas uma instituição demonstrar interesse em utilizar-se do canal, visto não ser obrigatória a participação de todas as IES para sua constituição. É também permitida a adesão em qualquer momento, desde que a instituição interessada cumpra as obrigações financeiras previstas no estatuto do canal.

As instituições associam-se para gerir a produção de televisão, mas cada qual tem total liberdade de conteúdo, atendendo somente aos preceitos de um código de ética próprio, criado em consenso por representantes de todas as instituições envolvidas. O artigo 61 da Lei do Cabo determina ainda que o acordo definirá a distribuição do tempo e as condições de utilização, visto que a distribuição não necessariamente precisa ser equitativa.

O compartilhamento do uso do canal deve atender a regras bem definidas. O primeiro passo é uma convocação pública dirigida a todas as instituições, para que estas se manifestem sobre sua intenção em participar ou não do projeto. A iniciativa pode ser de uma das entidades, ou da própria operadora de TV a Cabo. A operadora também tem a obrigação legal de disponibilizar na tela do canal a informação de que o mesmo está disponível para o uso compartilhado das universidades sediadas no município. Se houver mais de uma instituição interessada, elas deverão reunir-se para debater o assunto e celebrar acordos institucionais.

De acordo com Magalhães (2002, págs. 25-26) a produção de TV Universitária pode ser feita na própria instituição, através de investimentos em equipamentos e pessoal; ser terceirizada, delegando a responsabilidade de produção a uma produtora, embora sob sua supervisão; atuar em sistema de coprodução (um híbrido das duas alternativas anteriores) e utilizar-se dos laboratórios (principalmente aquelas instituições que contam com

curso de Comunicação Social, e que tenha sua própria estrutura laboratorial de produção audiovisual).

Quanto à programação, por ser um consórcio de emissoras com finalidades próprias, as perspectivas são diferentes. Como observa Priolli (1998), “como montar uma grade num canal que é, necessariamente, pela própria natureza, partilhado, uma ‘antena coletiva’? É um canal que enfeixa diversos tipos de televisões. Não é porque todas são universitárias que têm a mesma filosofia e a mesma perspectiva”. Assim, cada instituição define sua própria grade, cabendo ao consórcio a divisão de horários na utilização do canal.

2. Divisão de espaço na programação do canal universitário

No caso da presença de mais de uma instituição em um canal universitário, existem vários modelos de programação, e a escolha também deve ser submetida a uma normatização interna, como preconiza Magalhães (2002, pág. 37):

- **Programação Rotativa:** divisão do tempo de transmissão entre o número de participantes do canal, alternando a grade de programação periodicamente entre as instituições para que nenhuma IES tenha privilégios de horários;

- **Horários por instituição:** horários fixos de ocupação para cada instituição, que podem ser estabelecidos pela simples divisão do tempo de forma igualitária ou por participação financeira na manutenção do canal, entre outros critérios;

- **Programação por faixa temática:** é estabelecida uma faixa de horário dedicada a um determinado formato (entrevista, documentário, revista) ou de conteúdo (cultura, pesquisa, institucional) onde as IES produzirão e transmitirão seus programas;

- **Programação mista:** além de poder utilizar de forma híbrida os modelos anteriores, os canais universitários podem utilizar-se de programação de emissoras educativas, através de convênios, e de programas de outras IES do país, através de intercâmbio;

- **Programação majoritária:** quando só há uma IES na localidade de TV a Cabo; quando não há interesse das demais; ou quando as demais delegam a ocupação do canal a determinada IES, até se estruturarem para a sua própria produção e conseqüente entrada na programação.

3. O caráter público da TV Universitária

Esse diálogo direto entre a universidade e a comunidade foi o tema principal do VII Fórum Brasileiro de TVs Universitárias². Nesses veículos é possível abarcar o ensino, a pesquisa e a extensão. O ensino se dá com o envolvimento de estudantes de Comunicação e áreas afins em procedimentos pedagógicos, for-

mando profissionais aptos a promover o desenvolvimento de uma sociedade; a pesquisa está presente ao servir de centro de experimentação de novas linguagens em Comunicação e consequentemente oferecer alternativas à lógica do mercado, assim como a divulgação da ciência produzida na instituição; e ao cumprir 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, pode-se alcançar outra função importante: a extensão, que em última instância vem a ser a socialização do conhecimento gerado na academia e a inserção direta junto aos atores sociais, 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. Nas TVUs, a comunidade pode - e deve - expressar-se culturalmente. Ao contrário de transmitir valores essas emissoras, ao debruçarem-se sobre o que a comunidade deseja, dão som e imagem para que suas vozes sejam ampliadas.

A visão equivocada da TV Universitária como TV-escola também foi tema de reflexão no referido evento, especialmente pelo entendimento de que a TV Universitária pertence aos cursos de Comunicação Social, já que muitas emissoras nasceram por iniciativa dos referidos departamentos, outras pela própria instituição. Sobre essa realidade, Priolli defende que os projetos devem constituir-se em núcleo de TV autônomo, e não mais departamentalizado:

2 O evento, realizado em Florianópolis (SC) em outubro de 2003, reuniu cerca de 80 representantes de TV universitárias de todo o Brasil, que discutiram a possibilidade de as emissoras constituírem-se e articularem-se a projetos de extensão; refletiram sobre a produção e trocaram experiências sobre formatos de programação; e avaliaram as diversas formas de financiamento que as TVs e canais universitários têm implantado.

“ Como trabalho laboratorial, o grande problema está nas propostas de trabalho, que refletem muito mais as preocupações de alunos e professores naquele momento do que propriamente o atendimento aos interesses do público que está do outro lado, a comunidade. Olham para o próprio umbigo. Falta uma compreensão de qual é o papel da TVU enquanto extensão universitária produtora de conhecimento. ”

Priolli citou como exemplo a TV PUC de São Paulo³, que nasceu no curso de Jornalismo e, quando a instituição decidiu fazer um investimento sério, criou-se

uma unidade nova, com total autonomia em relação a todos os departamentos. “Nesses oito anos de trabalho, a TV PUC conseguiu abarcar áreas do conhecimento, com programas de Matemática, Biologia, Economia, e não só com o pessoal de Comunicação”, ressaltou Priolli, observando que no início houve forte reação contrária, num sentimento de ‘perda’. “Agora, com o projeto consolidado, a TV PUC demonstrou para a universidade como um todo sua importância e relevância, e a Comunicação está aproveitando a possibilidade que o canal oferece. Fazemos a comunicação da universidade. Ou fazemos isso, ou não somos TV universitária, mas órgão laboratorial do curso”. As opiniões de Paviani (1998) reforçam que o caráter institucional da televisão universitária exige que ela não se reduza a um canal experimental desse ou daquele curso. “Ela pode, sem dúvida, servir aos fins didáticos e de aprendizagem do fazer televisão, porém sem deixar de atuar no âmbito maior das funções da universidade. A televisão universitária pertence à universidade e não a um determinado setor, seja administrativo ou pedagógico”.

4. Breve histórico da TV Pública

O conceito de televisão pública surgiu na Europa após a II Guerra Mundial. Artistas e intelectuais acreditavam que a televisão seria um instrumento para a reconstrução da identidade nacional, especialmente nos países mais enfraquecidos. Conforme Martín-Barbero (MARTÍN-BARBERO, in RINCÓN, 2002, pág. 54) “a primeira televisão pública estará marcada na Europa por uma concepção elitista e um viés voluntarista: os intelectuais e artistas acreditam saber o que as massas precisam, e com isso recriam a cultura nacional”. De acordo com Fernández (FERNÁNDEZ, in RINCÓN, 2002, pág. 173), “enquanto que na Europa a TV pública nasceu associada ao Estado de Bem-Estar do período de pós-guerra (...) na América Latina a grande maioria dos canais públicos foram gerenciados pelos governos e foram incumbidos - de modo mais brutal do que encoberto - 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.”

De acordo com Martín-Barbero, nos Estados Unidos a TV Pública seguia um modelo local e educativo. Um exemplo é o programa ‘Vila Sésamo’⁴:

3 O jornalista Gabriel Priolli é diretor da emissora, mantida pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (SP), e presidente da ABTU (Associação Brasileira de TVs Universitárias).

“Na América Latina - muito mais próxima dos Estados Unidos do que da Europa, embora culturalmente fosse o contrário - as televisões

nasceram estatais antes que públicas e muito rapidamente, ao aumentar o número de receptores entre a população, são privatizadas, começando a depender maciçamente da indústria americana não apenas na programação, como também no modelo de produção”. (MARTÍN-BARBERO, in RINCÓN, 2002, pág. 54)

Durante muito tempo o caráter público era associado ao caráter oficial determinado por políticas estatais. Segundo Rey (REY, in RINCÓN, 2002, pág. 84), esse modelo enfraqueceu-se diante do avanço dos mercados, das políticas de ajuste e das reestruturações dos Estados, e a noção de caráter público também está mudando. Sua assimilação ao caráter estatal está sendo questionada, para que seja aberta à geração de espaços onde circulem e sejam debatidas questões de interesse comum, e onde sejam expressas as diferenças e os interesses dos diversos setores. Nesse sentido, as comunicações também sofreram impacto:

“... as televisões públicas eram televisões estatais, cuja orientação era dada pelo Estado (através de instâncias específicas para isso, geralmente de propaganda) ou, mais especificamente, pelo governo de turno; eram completamente dependentes das finanças públicas e supunha-se que deviam obedecer às diretrizes traçadas pelo governo, para deixá-las incondicionalmente ao seu serviço ou para convertê-las estrategicamente em órgãos funcionais para os seus planos e programas”. (REY, in RINCÓN, 2002, pág. 89)

4 O programa ‘Vila Sésamo’ foi importado dos Estados Unidos pelo Brasil na década de 1970.

O que suscita questionamento são os motivos que justificaram a alocação de verbas públicas na manutenção de emisoras, considerando que o setor privado já oferece uma diversidade de opções. Para Cifuentes (CIFUENTES, in RINCÓN, 2002, pág. 131), são três os fatores que tornam necessária a existência da televisão pública: 1) a empresa privada expressa o ponto de vista dos seus proprietários, enquanto a pública visa garantir a expressão da diversidade; 2) a empresa privada, embora interessada em uma cobertura ampla na busca pela audiência, não tem interesse em investimentos em áreas muito afastadas e de pouca densidade populacional, sendo um compromisso da TV pública; e 3) a padronização de formatos economicamente consagrados é privilegiada na TV comercial, enquanto que a TV pública tem a possibilidade e o dever de praticar a experimentação, inovação e o atendimento aos públicos minoritários, não sendo excludente a intenção de pro-

porcionar uma programação atrativa ao público maciço. O autor alerta, no entanto, para os riscos de utilização da TV pública pelos grupos políticos de plantão:

“Para tornar possível a alternativa da televisão pública (e dos meios de comunicação públicos em geral), é necessário um regime constitucional e legal, onde a separação de poderes seja real e onde o ‘quarto poder’ tenha um nível de autonomia e liberdade de expressão para exercer funções de contra-poder, incluindo-se a garantia de que os meios públicos estejam em igualdade de condições com os privados. A determinação das metas de pluralismo, descentralização e inovação passa por mudanças legais que garantam a autonomia das empresas públicas”. (CIFUENTES, in RINCÓN, 2002, pág. 133)

Conforme Rincón (2002, pág. 29), a televisão pública é “o lugar social de todos, como uma alternativa audiovisual de encontro da sociedade, de fomento dos direitos dos cidadãos, e de reconhecimento da pluralidade social que nos habita”. Para o autor, cinco eixos fundamentais definem a televisão pública:

- O conceito de televisão Pública, já que se assume como uma relação cheia de democracia, cidadania, visibilidade de atores sociais, e pouco ou nada se fala do que é propriamente televisivo, da linguagem audiovisual, dos gêneros e discursos que esse tipo de televisão deveria mostrar e experimentar.

- A autonomia da televisão pública com relação ao governo e aos outros poderes instituídos, e a questão das empresas de televisão pública como lugar de realização de projetos de comunicação pluralista, diversa e de qualidade.

- A questão conceitual de consumidor e cidadão, uma vez que todo telespectador é cidadão. Então, que significaria adotar, como postura específica da televisão pública, a posição de que o horizonte do sentido é a formação do cidadão.

- A legitimação social atribuída a esse tipo de televisão pelos públicos (pelas audiências), uma vez que os programas são úteis segundo a forma que assume o diálogo entre proposta criativa (produtores) e recepção social (públicos que assistem).

- As possibilidades de televisão pública da América Latina, face à geração dos seus próprios públicos, uma vez que é inútil fazer televisão se esta não é assistida pelas pessoas. (RINCÓN, 2002, págs. 31-32)

5. TV Pública no Brasil

No Brasil não existe juridicamente a figura da televisão pública, cujas divisões estão entre a TV comercial e a TV edu-

cativa e cultural. Os primeiros programas educativos foram transmitidos na televisão comercial, cumprindo exigência do governo. Conforme Otondo (OTONDO, in RINCÓN, 2002, pág. 271), em 1961 a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo, utilizando quatro horas diárias na TV TUPI, de propriedade dos Diários Associados, deu o primeiro passo para a futura criação da TV Cultura. Em 1967 o governo comprou a emissora, “naquela época totalmente arruinada e com dívidas por toda a parte” e em 15 de junho de 1969 criou a Fundação Padre Anchieta; e a TV Cultura, que começou a funcionar em 16 de julho daquele ano. Em 1975, sete dos 21 estados do Brasil já tinham o seu canal educativo regional estatal. Atualmente a TV Cultura alcança todo o território nacional.

Com o objetivo de atingir um público de 15 milhões de jovens e adultos sem escolarização, inicialmente a programação da TV pública era restrita, por força de lei, à veiculação de cursos: “a televisão educativa irá se destinar à divulgação de programas educacionais, mediante transmissão de aulas, conferências e debates” (OTONDO, in RINCÓN, 2002, pág. 272), sendo os canais comerciais obrigados a distribuir um número mínimo de programas educativos. Em 1971 os chamados telecursos foram legalizados e concediam diplomas. Em 1997 surgiram os dois primeiros canais a cabo privados com finalidade educativa: a TV Senac (atualmente STV, do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - uma organização do setor comercial de São Paulo) e o canal Futura, mantido pela Fundação Roberto Marinho, sediado no Rio de Janeiro. Desde 1988 a Constituição Brasileira determina que “a programação dos canais comerciais deve ter fins educativos, culturais e informativos”.

Leal (LEAL FILHO, in BUCCI, 2000, pág. 159) explica a forma de gestão da TV Cultura, que adotou a figura do Conselho Curador formado por representantes de instituições públicas e privadas da sociedade paulista, inspirado no Conselho de Governadores da BBC de Londres. “Com algumas limitações, se comparado ao seu inspirador, ainda assim o Conselho Curador da Fundação Padre Anchieta é a principal barreira institucional às investidas do Estado e da iniciativa privada sobre as emissoras”. Entretanto, o autor (LEAL FILHO, in BUCCI, 2000, pág. 160) aponta algumas limitações nesse modelo de gestão, pela existência de cadeiras cativas vitalícias e da presença, que considera excessiva, de representantes de órgãos estaduais e municipais. Entretanto, ele ressalta um fato ocorrido durante a ditadura, que colocou à prova a independência do conselho: “É quando se tenta fazer das emissoras públicas órgãos estatais. Isso só não ocorre graças à ação destemida do curador de fundações do Estado,

que impede a ingerência oficial”. Essa independência só não é completa, de acordo com Leal, em decorrência da falta de independência financeira, cujos recursos provêm, quase em sua totalidade, do orçamento do estado de São Paulo.

A legislação proíbe a veiculação de publicidade comercial, ficando as empresas atreladas ao orçamento oficial aprovado pelo governo. Mas, na prática, esse engessamento financeiro vem sofrendo modificações:

“ Às televisões que já recebiam recursos públicos, não era permitido por lei receber sequer doações, patrocínios, nem qualquer outra contribuição (...) Nos últimos anos, as novas leis de incentivo à cultura, destinadas a arrecadar fundos na empresa privada, jogaram por terra, na prática, essas restrições que agora se pretendem reformular e regulamentar. (OTONDO, in RINCÓN, 2002, pág. 272). ”

De acordo com Otondo, em 2001 o orçamento da TV Cultura cobria 70% das despesas, cabendo ao departamento de marketing obter o restante com a busca de patrocínio, veiculando mensagens institucionais com características bem definidas (OTONDO in RINCÓN, 2002, pág. 289): “aceitam-se até 6 minutos de comerciais por hora de programa (...) é proibido o estímulo direto ao consumo, o testemunho de uso de produtos, a demonstração de uso ou consumo, texto ou linguagem superlativos ou comparativos, promoção de mensagens com alusões eróticas, citação de preço de produto e condições de pagamento, bem como publicidade de álcool, tabaco, remédios, alimentos, entre outros”.

6. Reflexões finais

Diante das considerações apresentadas, é possível estabelecer uma conexão entre o papel das emissoras de TV universitárias e o objetivo da TV pública a partir das ‘sete teses’ apresentadas por Cifuentes (CIFUENTES, in RINCÓN, 2002, págs. 147-152):

1) Tese da autonomia - gerada por um estatuto jurídico que proporcione autonomia com relação ao governo em exercício. No caso dos canais universitários, essa autonomia também deve ser buscada com relação à administração universitária;

2) Tese do pluralismo - programas informativos e de debate devem abarcar a diversidade de pontos de vista relevantes de cada sociedade. “Evitar a manipulação informativa e expressar a diversidade política, religiosa, étnica, de gerações, de gênero e regiões de um país são os fatores-chave que diferenciam uma televisão pública de uma televisão governamental e do viés próprio dos canais privados”. Ao possibilitar a sociabilização do conhe-

cimento gerado pelas universidades, a TV universitária tem condições de ecoar as diversidades;

3) Tese do estilo cidadão - adotar o ponto de vista do cidadão, do ser humano comum. “O cidadão é um ser humano que sabe que não sabe, e por essa razão busca informação assistindo às notícias; também busca reconhecer seus direitos e quer ter a possibilidade de exigi-los”. Essa tese pode ser estimulada com a prática da extensão por parte das emissoras universitárias;

4) Tese do perfil programático próprio para audiências maciças - a programação busca atingir o grande público e não deve ser elitista; deve ser dada ênfase à produção de programas nacionais; privilegiar conteúdos de realidade que possibilitem a expressão da diversidade. Cada emissora deverá definir seu gênero de programação de acordo com suas especificidades, estabelecendo um perfil de acordo com as condições econômicas de produção. No caso das TVs universitárias, esse é o papel da pesquisa em comunicação, abarcando a estética da recepção e das mediações;

5) Tese da atitude inovadora - “Uma busca permanente de novas expressões através dos diferentes gêneros e formatos, a expressão de novos rostos e vozes marginalizados pelos outros meios, a experimentação artística, o fomento à criatividade e à inovação”. Essa tese pode ser consolidada novamente pelo trabalho de extensão;

6) Tese da descentralização - O objetivo é mostrar a diversidade do território. “Diante do abandono da televisão local pela empresa privada, só resta a alternativa da empresa pública, que entra em cena em caráter subsidiário”. A partir do momento em que as universidades reivindicarem o direito de exploração do canal, independente do suporte - cabodifusão ou radiodifusão -, as comunidades poderão ter acesso a uma programação voltada aos interesses locais, especialmente nas cidades onde não há sede de emissora comercial;

7) Tese do autofinanciamento - fundamental para a viabilidade de um projeto de televisão pública autônoma e pluralista. “As empresas que dependem da aprovação anual de orçamentos públicos não têm uma autonomia real (...) Essa situação é crítica quando o financiamento público é uma resposta à perda econômica: nestes casos, a autonomia não passa de uma ilusão”. Outra alternativa, o financiamento publicitário, para o autor é igualmente preocupante: “Por outro lado, o financiamento exclusivamente publicitário restringe a margem de manobra da estação para cumprir funções públicas deficitárias, ou para assumir riscos maiores em áreas como a inovação ou a descentralização”. Para ele, a combinação

dessas duas formas de financiamento é a alternativa desejável. No caso das emissoras universitárias, é importante a existência de um departamento que busque alternativas de financiamento a partir de apoios culturais e leis de incentivo à produção audiovisual e insti-

tuições de fomento à pesquisa, para que igualmente não dependam unicamente do orçamento das instituições.

Nessas reflexões, mais uma vez tomamos emprestado os ensinamentos de Magalhães (2002, pág. 53): “TV Universitária é como um livro na biblioteca: você

só consome depois de escolher e para usar em consonância com seu desejo de conhecimento. Se pudermos fazer isso e ainda entreter nosso telespectador, assim como as grandes obras primas da literatura, estaremos, então, fazendo uma bela obra-prima na telinha do cidadão brasileiro”.

REFERÊNCIAS

CIFUENTES, D. P. Televisão pública na América Latina: crises e oportunidades. In: Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. Omar Rincón (org.). São Paulo: SSRG, 2002.

FERNÁNDEZ, V. F. Por uma televisão pública para a América Latina. In Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. Omar Rincón (org.). São Paulo: SSRG, 2002.

MARTÍN-BARBERO, J. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. Omar Rincón (org.). São Paulo: SSRG, 2002.

MAGALHÃES, C. Manual para uma TV Universitária. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MORAES, Alexandre de (org). Constituição da República Federativa do Brasil. São Paulo: Atlas, 2001. 17ª ed.

OTONDO, T. M. TV CULTURA: A diferença que importa. In Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. Omar Rincón (org.). São Paulo: SSRG, 2002.

REY, G. O cenário móvel da televisão pública: Alguns elementos do contexto. In Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. Omar Rincón (org.). São Paulo: SSRG, 2002.

RINCON, O (org.). Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: SSRG, 2002.

REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

PAVIANI, J. Perfil de uma TV Universitária: Importância e características. In De Carly, A .M.S e TRENTIN, A. N. A TV da Universidade. Caxias do Sul: UCS, 1998. Disponível em <http://abtu.org.br>. Acesso em 5 de maio de 2004.

PRIOLLI, Gabriel. Televisão Universitária: TV Educativa em Terceiro Grau. Disponível em <http://www.abtu.org.br>. Acesso em 01 de dezembro de 2003.

_____. Diretrizes e características de programação: Integração com a comunidade. In De Carly, A .M.S e TRENTIN, A. N. A TV da Universidade. Caxias do Sul: UCS, 1998. Disponível em <http://abtu.org.br>. Acesso em 5 de maio de 2004.