

REVISTA ABTU

TV Universitária + TV Pública

ABTU - Associação Brasileira de Televisão Universitária - 2013 - nº 0

DOSSIÊ TV Universitária: 45 anos de experiência



Eu produzo, tu produces, ele produz,



nós todos transmitimos.

Conheça a **RITU - Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária** que permite que todas as associadas da ABTU compartilhem suas produções e tenham uma programação completa, diversificada e 100% universitária.

Hoje são mais de 300 programas e 150 horas de programação disponível para todos os membros da ABTU utilizarem livremente, abastecendo os canais universitários com programação exclusiva de todas as regiões do país.

O acervo está sempre crescendo em tamanho e diversidade, com a colaboração de mais de 40 associadas. Mais do que compartilhar, a RITU amplia o alcance das redes locais, levando a excelência de nossas universidades para todo o Brasil.



Associação Brasileira de Televisão Universitária

Como participar?

Todas as televisões e canais universitários que participam da ABTU têm acesso aos programas. A única condição é o compromisso de colaborar com a Rede, fornecendo material para o acervo.

Saiba mais sobre a RITU e como se associar à ABTU:

<http://abtu.org.br>

Em seus 13 anos de história, a Associação Brasileira de Televisão Universitária alcançou muitas conquistas e uma delas nasce exatamente neste momento: a Revista ABTU: TV Universitária + TV Pública.

Sabemos que, desde meados dos anos 90, dezenas de Instituições de Ensino Superior no Brasil vêm se lançando no desafio da comunicação audiovisual eletrônica para fazer com que o conhecimento científico gerado na academia chegue ao público de forma mais rápida e eficiente.

E este é um dos principais objetivos da ABTU, pois entendemos que somos um instrumento político e técnico para a articulação deste grande esforço coletivo e por isso nossa publicação abordará um dos segmentos televisivos que mais crescem no País: a televisão do campo público.

A Associação Brasileira de Televisão Universitária também entende que este novo veículo representa o amadurecimento de nossa instituição com sua explicitação de vocação acadêmica.

Em cada edição, professores, pesquisadores, profissionais e estudantes poderão ter acesso aos principais debates e avanços com relação ao setor.

Para esta edição de lançamento, temos como foco um dossiê comemorativo sobre os 45 anos das TVs Universitárias e artigos que abordam política de comunicação, tecnologia, crescimento dos canais universitários, técnicas de linguagem, gestão financeira e as perspectivas e desafios do segmento. Além disso, a revista conta com uma seção de curiosidades e resenhas de livros.

Espero que aproveite muito esta leitura!

Fernando José Garcia Moreira

Presidente da Associação Brasileira de Televisão Universitária



Site ABTU

Baixe um leitor QR Code em seu celular, fotografe o código e acesse o Site da ABTU e a página no Facebook



Facebook ABTU

Televisão, Conhecimento, Cidadania e Sociedade: a Revista da ABTU

Em 1996, o sociólogo francês, Pierre Bourdieu, foi convidado pelo jovem canal de TV “Paris Première”, a ministrar um curso difundido por toda a França. Os estudiosos da Comunicação, particularmente o pequeno exército de pesquisadores dedicados ao estudo da Televisão, conhecem bem o episódio, pois o tema escolhido pelo eminente professor do renomado Collège de France não foi outro, senão a própria Televisão. Nestas aulas, transcritas no livro *Sur la Télévision*, leitura introdutória fundamental ao assunto, Bourdieu se alonga nas justificativas da sua aceitação em participar do programa, pois devia o merecido cuidado de esclarecer o seu público da aparente contradição entre a sua ácida crítica a este meio de comunicação e o fato de apresentá-la justamente ali, frente às câmeras da TV e, potencialmente, para toda a audiência do país.

A situação vivida pelo professor era, de todo, desconfortável: suas reflexões estavam baseadas, justamente, na constatação de que os objetivos da produção técnica e estética da TV impunham uma sutil e especial forma de censura a qualquer forma de discurso divergente e crítico. O controle rigoroso do tempo, a necessidade de manter imagens dinâmicas e atrativas nas telas, garantindo a concorrência com outras emissoras, congelando os olhares da audiência, inibindo o impulso da troca de canais, tudo o que cerca a produção e difusão do sinal televisivo, enfim, criaria condições fortemente padronizadas para o que se pode dizer, censurando qualquer outra forma de expressar o pensamento. Por outro lado, explica, o intelectual é, nos termos de Husserl, “um funcionário da humanidade”, a quem se reserva a obrigação de restituir à sociedade o conhecimento, as descobertas e as artes que desenvolve. Bourdieu não tem dúvidas de que a TV é o meio potencialmente mais habilitado a fazê-lo. Se pouco por sua forma de produção, estruturalmente, em suas palavras, censurada, ao menos pelo potencial de alcance social garantido pelas suas condições técnicas.

Coloca-se, então, frente a um delicado dilema. Dilema circunscrito pela sua obrigação de falar ao público da TV e seu dever de ofício em não se submeter àquela censura denunciada. A solução, relatada no livro, vem da definição de uma série de condições para a gravação: a não imposição do tema pela produção do programa, decidido livremente por ele próprio; a não limitação do tempo; não submeter-se, por fim, às conveniências técnicas e da linguagem, ainda que ali se fizessem presente em nome de um bem-fazer TV.

Como devem ter percebido todos os leitores do relato de Bourdieu, um desafio e tanto para os diretores, roteiristas, programadores e técnicos. Apavorante, certamente, para a maioria dos profissionais de TV. O desafio foi enfrentado, como conta discretamente em uma ou duas linhas do início do primeiro capítulo, não pelos produtores da emissora, mas pela competente equipe do serviço de produção audiovisual do Collège de France, que soube compatibilizar as condições impostas pelo professor, com toda justiça às suas reflexões sobre o meio televisivo, às necessidades básicas da difusão via TV. Não é de se surpreender, ainda que o texto não destaque tal fato, que apenas uma equipe formada na radicalização da crítica à sua

própria atividade profissional tenha conseguido levar a termo o desafio. Não é, tampouco, surpreendente que essa equipe tenha sido formada dentro uma instituição universitária tão destacada, como o Collège.

Essa pequena história das aventuras de um sociólogo na TV deve resumir boa parte do que se espera de uma emissora de Televisão Universitária: que seja capaz de reunir a crítica intelectual, ainda absolutamente desejável ao trabalho acadêmico, a um fazer tão melindroso como o da TV; que seja instrumento de inovação das linguagens, das técnicas, dos formatos da TV, dialogando intimamente com a pesquisa, interagindo organicamente com a Universidade; que seja capaz de tomar o conhecimento científico sobre a natureza, a sociedade e as pessoas como matéria-prima para o desenvolvimento de uma comunicação de massa realmente comprometido com a cidadania, contribuindo para que a TV, parafraseando Bourdieu, possa realizar plenamente o seu potencial para ser “um extraordinário instrumento de democracia” impedindo que se converta em um “instrumento de opressão simbólica”.

A TV Universitária brasileira e todas as demais emissoras do campo público vêm lutando, contra toda sorte de dificuldades, é certo, para desempenhar esse papel em nossa sociedade, buscando ocupar um espaço significativo nas mentes e olhares da audiência televisiva e no cada dia mais complexo âmbito da mídia massiva. Os sucessivos “Fórum de TV Universitária Brasileira”, promovidos pela ABTU, mostram o amadurecimento do segmento, que, passadas as dificuldades iniciais de instalação da maioria das emissoras, procuram, mais e mais, aproximar a TV, de fato e de direito acadêmicas, da Universidade. Deve-se destacar, aqui, as dificuldades enfrentadas diariamente por professores e estudantes ligados às TVU, pois o tempo demandado pela instalação e manutenção da qualidade das TVs é, sistematicamente, subtraído das inúmeras outras demandas acadêmicas, que, não raro, continuam a ser exigidas.

Por outro lado, ironicamente, a grande maioria dos projetos de TV Universitária são fruto das atividades de pesquisa destes profissionais, aos quais faltava um ambiente adequado para a divulgação e troca das investigações, de seus testes em ambiente real, de sua conceitualização e resultados. Faltava! Pois, os nossos Fóruns paulatinamente transformaram-se, incorporando, pouco a pouco, a divulgação dos trabalhos de pesquisa dos colegas, contribuindo para demonstrar o vigor acadêmico que impera nas emissoras universitárias, digno das instituições que as mantêm.

É no coroamento desta nova fase da TV Universitária brasileira que a Associação Brasileira de TVs Universitárias se orgulha em apresentar sua Revista da ABTU, periódico que refletirá o empenho de pesquisadores brasileiros em aproximar mais intimamente a universidade da sociedade, fazendo da televisão pública um instrumento de democratização do conhecimento, fortalecendo diariamente a cidadania.

A todos, uma boa leitura!

Prof. Hélio Solha

Presidente do Conselho Editorial

Sumário

Dossiê 45 Anos	8
DOSSIÊ TV Universitária: 45 anos de experiência	
De Cláudio Márcio Magalhães / Doutor em Educação / Centro Universitário UNA	
Política de Comunicação	15
TV Universitária, um modelo em construção entre o público e o privado	
De Flávia Cortese Martelli e Maria Teresa Miceli Kerbauy, Mestre em Comunicação / Doutora em Ciências Sociais, Universidade de Ribeirão Preto / Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho	
Crescimento	19
A contribuição dos canais universitários para a comunicação pública	
De Alzimar Rodrigues Ramalho / Pós-doutora em Comunicação Social / Instituto de Educação Superior de Brasília	
Linguagem.....	24
Estética, pluralidade e cidadania nas tevês universitárias	
De Felipe Pena / Doutor em Literatura e pós-doutor em Semiologia da Imagem / Universidade Federal Fluminense	
Valores	27
TVs universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira	
De Donesca Calligaro / Mestre em Comunicação Social / Universidade Feevale	
Televisão Pública.....	32
Perspectivas e Desafios na Consolidação do Campo Público de Televisão no Brasil	
De Pedro Henrique Falco Ortiz / Doutor em Integração da América Latina / Faculdade Casper Líbero - Faculdade Casper Líbero e TV USP	
Produção Colaborativa	37
Produção colaborativa e convergência de mídia na TV: uma proposta de inovação e tecnologia social para as TVs universitárias	
De Adriano Adoryan, Cláudio Márcio Magalhães e José Dias Paschoal Neto / Mestre em Ciência da Comunicação / Doutor em Educação / Mestre em Ciência da Informação / Universidade de São Paulo/Centro Universitário UNA	
Pílulas ABTU	44
Resenhas	45
Guia para a TV das crianças	
"Qualidade na programação infantil da TV Brasil", de Inês Sílvia Vitorino Sampaio e Andréa Pinheiro Paiva Cavalcante / Editora Insular - 2013.	

CONSELHO EDITORIAL

Alberto Cesar Russi – Universidade do Vale do Itajaí
Alexandre Kieling - Universidade Católica de Brasília - UCB
Américo Alves Cerqueira Passos – Universidade José do Rosário Vellano – Unifenas
Carlos Alberto Carvalho – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
Carlos Bottesi - Universidade Estadual de Campinas
Cláudio Márcio Magalhães -Centro Universitário UNA
Daniel De Thomaz – Instituto Presbiteriano Mackenzie
Eduardo Rodrigues da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Goiás – PUC GOIÁS
Fernando José Garcia Moreira – Universidade do Vale do Paraíba – UNIVAP
Gabriel Priolli - Presidente de Honra ABTU
Gilmar Eduardo Costa do Couto – Universidade Federal do Amazonas
Helena Cláudia Fernandes dos Santos – Universidade de Fortaleza – UNIFOR
Hélio Solha – Universidade Estadual de Campinas
Jair Giacomini – Universidade de Santa Cruz do Sul
José Dias Paschoal Neto - Universidade Paulista - UNIP
José Moacir Gomes Pereira – Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS
Julio Wainer – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC SP
Kátia Fraga – Universidade Federal de Viçosa
Pedro Ortiz – Universidade de São Paulo – USP
Sandra Moura- Sandra Moura - Universidade Federal de João Pessoa - UFPB
Sandro Luis Kirst – Fundação Vale do Taquari de Educação e Desenvolvimento Social

EXPEDIENTE

Produção: Agência de Imprensa - Tel.: (12) 3913-3858 - www.agenciadeimprensa.com.br • **Coordenação de Jornalismo e Edição:** Areta Braga e Mayara Barbosa
• **Editor Responsável:** Prof. Dr. Cláudio Márcio Magalhães - MTB: 3613/MG • **Projeto Gráfico e Capa:** Luiz Carlos Coltro • **Revisão:** Dyrce Araújo
• **Fotos:** Divulgação. • **Tiragem:** 200
• **Gráfica:** Unifor.

PROGRAMAÇÃO

Boas-vindas ao XIII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária & II Encontro de Televisões Universitárias Ibero-americanas.

A ABTU agradece sua participação na construção de uma rede de Televisões Universitárias cada vez mais sólida e participativa.

Tenha um bom evento e nos vemos novamente em 2014.

1º dia - Dia 21 de outubro	
18h	Apresentação Camerata e Coral da UNIFOR
19h	Solenidade de abertura Magnífica Reitora Profª. Drª. Fátima M. Fernandes Veras Reitora da Universidade de Fortaleza-UNIFOR Prof. Me. Fernando José Garcia Moreira Presidente da ABTU
20h	Recepção de Boas-Vindas
2º dia - Dia 22 de outubro	
8h30	Cadastramento
9h	Mesa Redonda A TV UNIVERSITÁRIA NO CONTEXTO IBERO-AMERICANO Mediação - Fernando José Garcia Moreira - Presidente da ABTU Alberto Ferrer - Diretor da Asociación de Televisiónes Educativas y Culturales Iberoamericanas - ATEI - Espanha German A. Perez R. - Gerente do Canal Zoom – Canal Nacional Universitário da Colombia Gabriel Torres Espinoza - Diretor do Sistema Universitario de Radio y Televisión, Universidad de Guadalajara - México
10h15	Coffe break
10h30	Mesa Redonda A REGULAMENTAÇÃO E A TV PÚBLICA E TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA Mediação - Claudio Magalhães - Conselho Consultivo ABTU André Mermelstein - Diretor Editorial da revista TELA VIVA Representante da ANCINE Representante da ANATEL
12h30	Intervalo para Almoço
14h	Mesa Redonda EXPERIÊNCIAS INOVADORAS NO AMBIENTE DE TV UNIVERSITÁRIA Mediação - Pedro Ortiz - Vice-presidente da ABTU / Diretor da TV USP Eduardo Rodrigues da Silva - Diretor de Comunicação ABTU / Diretor da TV PUC Goiás / Projeto de cenários para jornalismo da TV PUC Goiás Madrilena Feitosa - Jornalista da TV UFPB e Centro de Informática/UFPB Projeto Brasil 4D
15h	Coffe break
15h30	Painel Empresarial Empresa - Screen Service do Brasil
17h	Apresentação de trabalhos acadêmicos Coordenação - Hélio Solha - Conselho Consultivo ABTU
19h	Coquetel de Lançamento da REVISTA ABTU

De 21 a 23 de outubro

XIII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária

II Encontro de Televisões Universitárias Ibero-americanas, em Fortaleza!



3º dia- Dia 23 de outubro	
9h	Mesa Redonda COMO AS TECNOLOGIAS ESTÃO MUDANDO A FORMA DE FAZER TELEVISÃO Mediação - Julio Wainer - Diretor Técnico da ABTU / Diretor da PUC-SP João Alegria - Gerente de Programação, Jornalismo e Engenharia do Canal Futura / Projetos Canal Futura e afiliadas Marcio Carneiro - Coordenador da Labcom – UFMA / Autor de software para autoria de jornalismo na TV Digital Brasileira
11h	Mesa Redonda CAMPO PÚBLICO DE TELEVISÃO Coordenação - Alexandre Kieling - Conselho Consultivo da ABTU Nelson Breve - Presidente da EBC – Empresa Brasil de Comunicação Pedro Osório - Presidente da ABEPEC - Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais
12h30	Intervalo para Almoço
14h	Mesa Redonda A IMPORTÂNCIA DAS TVS UNIVERSITÁRIAS NO CONTEXTO DAS UNIVERSIDADES Coordenação – Excelentíssimo Prof. Dr. Randal Martins Pompeu - Vice-reitor de Extensão e Comunidade Universitária – UNIFOR Magnífico Reitor Prof. Dr. Wolmir Therezio Amado – Reitor da PUC-Goiás - Presidente do CRUB Prof. Dr. Luís Otávio Palhari – Presidente UNESCO-Clubes e Federações-Diretor Geral FAPI-FUNVIC Nelson Breve - Presidente EBC – Empresa Brasil
15h30	Solenidade de Encerramento Coordenação - Helena Cláudia Fernandes dos Santos - Diretora Administrativa / Financeira da ABTU / Diretora da TV Unifor
16h	AGE - ASSEMBLEIA GERAL EXTRAORDINÁRIA ABTU Coordenação - Daniel De Thomaz - Conselho Consultivo da ABTU
17h	AGO - ASSEMBLEIA GERAL ORDINÁRIA ABTU Coordenação - Daniel De Thomaz - Conselho Consultivo da ABTU



DOSSIÊ TV Universitária: 45 anos de experiência

Autor: Cláudio Márcio Magalhães

Titulação: Doutor em Educação

Contato: claudiomagalhaes@uol.com.br

Centro Universitário UNA

Resumo: A primeira televisão universitária no Brasil surgiu em 1967. Hoje são mais de 150 espalhadas pelo país, que também tem uma inédita mobilização mundial no que tange ao intercâmbio de programação, ao estabelecimento de redes e à atividade política representativa. Este artigo propõe descrever os perfis dessas emissoras, o caminho percorrido e sua institucionalização dentro da própria universidade, em conformidade – ou não – com o tripé exigido às instituições de ensino superior brasileiras: ensino, pesquisa e extensão. O objetivo é demonstrar como os exemplos brasileiros, em seus vários aspectos, podem ser reproduzidos – ou evitados, e ainda expor uma série de novas perspectivas e desafios, além de propostas para enfrentá-los.

Palavras-chave: TV Universitária. Universidades. Brasil. Comunicação. Educação.

1 Introdução

Recentemente algumas emissoras de televisão no Brasil formaram, juntas, o que se denominou “campo público de televisão” (I FÓRUM, 2006, pág.27). São emissoras que colocam como seu objetivo o interesse público, que deve se refletir em uma programação 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. Há também a busca pela regionalização da produção e a quebra do paradigma da “cabeça-de-rede”, uma emissora nacional que dita a programação, sufocando as iniciativas locais.

Estão incluídas neste campo as emissoras legislativas, comunitárias, educativas e as universitárias. Embora ainda permaneçam ignoradas por boa parte da população, o seu crescimento tem sido exponencial graças a uma série de fatores, como o barateamento das tecnologias de captação e edição, a ampliação de novas possibilidades de transmissão, a estagnação das emissoras comerciais – tanto em relação ao número de novas emissoras quanto à mesmice de sua programação –, e o aumento do interesse e da procura dos telespectadores por novas opções.

Neste cenário, a televisão universitária brasileira (TVU) destaca-se por ser o segmento mais antigo, mas também o que mais cresce. Além disso, é a que mais tem diversidade de modelos de gestão e programação, assim como uma trajetória errática, com avanços e retrocessos (RAMALHO, 2011). Em comparação com outros países, tem uma inédita mobilização, tanto para a troca de experiências e programação, como em representação política e social.

Desta maneira, a proposta aqui é descrever essa trajetória, dividida em dois macromomentos: a inauguração da primeira TVU, em 1967, e a promulgação da Lei do Cabo, em 1995, além de

apontar os avanços e retrocessos dos diversos caminhos pelos quais a televisão universitária se embrenhou e ainda se embaralha. No entanto, justamente por ser um campo de constante discussão, também aborda-se o que se vislumbra e quais são as novas perspectivas na área.

2 O início

A primeira televisão universitária brasileira também foi a primeira educativa. Em 1967, entrou no ar a TV Universitária de Pernambuco, pertencente à Universidade Federal de Pernambuco, estado da região nordeste do Brasil (FRADKIN, 2003, pág. 56; TORVES, 2007, págs. 90-92). Ela surge em pleno exercício da ditadura do governo militar, com o objetivo de ser a primeira de uma série de TVs que integrariam um sistema nacional de emissoras educativas dentro de um plano nacional de alfabetização e educação básica através dos meios de comunicação em massa (MCM). Tal sistema era um contraponto – e ao mesmo tempo nacional e controle social do governo militar, via MCM, que já havia assegurado emissoras comerciais aos políticos e empresários simpáticos à causa.

“Diferente de outros países, a criação desses veículos não ocorreu motivada pela demanda de transmissão de informação, cultura e entretenimento, uma vez que as TVs comerciais, em fase de consolidação nesse período, obtinham legitimidade no atendimento desse tipo de conteúdo. O principal motivador do surgimento de um conjunto de televisões públicas foi a demanda por educação em um país que experimentava uma industrialização acelerada, para a qual havia carência e mão de obra qualificada em um cenário de crescimento do contingente populacional. (VALENTE, 2009, págs.270-271).”

Em mais uma contrapartida para os

empresários da mídia, o Decreto-Lei 236, de 1967 deixa clara a não concorrência das televisões educativas com as comerciais – tanto no modelo de programação quanto na captação de recursos – quando determina que:

“A televisão educativa se destinará à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates. A televisão educativa não tem caráter comercial, sendo vedada a transmissão de qualquer propaganda, direta ou indiretamente, bem como o patrocínio dos programas transmitidos, mesmo que nenhuma propaganda seja feita através dos mesmos. (BRASIL, 1967, art. 13).”

Como esse decreto ainda está em vigência, há uma situação esdrúxula no país, pois certamente nenhuma emissora educativa enquadra a sua programação nesse estabelecido e diversas delas contam com “apoios culturais”, um “neologismo” adotado para disfarçar patrocínios.

Essa mesma lei determina que as universidades sejam priorizadas para a obtenção das outorgas, sendo desnecessária a abertura de editais de concorrência, como acontece para as emissoras comerciais. No entanto, o que parecia ser um início do surgimento de uma rede de televisões universitárias – mesmo com as limitações de programação – não seguiu adiante. O projeto de educação não avançou e foi abandonado, tanto pelo governo militar como pelos seguintes, após a redemocratização. E as outorgas educativas, livres de passarem por concorrência, se transformam em benesses concedidas pelos governos de ocasião aos amigos do poder. Dezenas de políticos e amigos montam TVs educativas pelo país, emflagrante desrespeito às leis e ao seu projeto inicial de ser um canal de educação alternativo às emissoras comerciais.

As poucas universidades que recebem TVs educativas conseguem montar suas estruturas, mas encontram (ainda hoje) enormes dificuldades para se manter. Inicialmente são obrigadas a se atrelarem a alguma rede nacional, como a TVE – Rio ou TV Cultura de São Paulo, tornando-se muito mais uma afiliada ou sucursal de uma rede, tendo pouca ou nenhuma afinidade acadêmica ou operacional. Neste sentido, embora desenvolvam programas ligados à universidade, não há uma cultura de grade de programação propriamente universitária, aqui entendida como aquela que privilegia a formação acadêmica e cidadã, a extensão universitária, a divulgação científica e a pesquisa. Quando há espaço na grade nacional, tenta-se encaixar algum programa local, criando uma discrepância onde convivem, não harmoniosamente, duas emissoras. Para o público, há uma enorme dificuldade em separá-las das emissoras educativas estatais e privadas, nem tão educativas assim, não se estabelecendo um segmento distinto de televisão universitária.

Além disso, a gestão desta grade não é da universidade, já que as redes nacionais determinam quais os espaços podem ser usados e qual a política de programação. Resta à Instituição de Ensino Superior (IES) o ônus dos custos administrativos e financeiros, o que as torna alvo fácil para cortes de orçamentos universitários, dada a pouca importância que se enxerga na TV enquanto missão da IES. Ainda assim, as poucas emissoras tornam-se oásis de excelência em produção local e voltada para o interesse público frente às dezenas de emissoras “educativas” nas mãos de políticos e empresários.

Talvez tal exemplo de resistência tenha influenciado o debate que se seguiria, nos anos 1990, quando da chegada da TV a cabo no país. Era vista como uma nova etapa na vida do telespectador brasileiro, que poderia, em breve, e a preços baixos, ter a mesma realidade do estadunidense, com centenas de canais à escolha, libertando-se da mísera oferta de TV aberta disponível. Tal realidade não se confirmou por dois motivos. O primeiro é o ainda pequeno número de usuários de TV paga, que cresceu somente após sua integração com a distribuição em banda larga. A relação é de 16 milhões de assinantes em 2012 (ANUÁRIO, 2013) contra mais 57 milhões de domicílios (CENSO, 2010). O outro motivo é que, mesmo com a oferta de diversos canais, a maioria dos telespectadores assiste à programação dos tradicionais canais abertos. Porém, àquela época, a possibilidade técnica de oferecer inúmeros canais mobilizou acadêmicos e profissionais, que conseguiram colocar

na Lei 8.977/95, que ficaria conhecida por Lei do Cabo, os “canais básicos de utilização gratuita”.

Tais canais garantiam a obrigatoriedade da operadora/distribuidora da TV a cabo em disponibilizar canais para organizações sociais e instituições de interesse público, muito embora a dispensasse de qualquer ônus neste sentido. Assim foram criados os canais legislativos, comunitários, educativos e universitários. Tais canais preveem o compartilhamento da grade entre as universidades existentes na área de prestação do serviço da operadora. Foi a partir daí que a televisão universitária começou como verdadeiro segmento de televisão educativo-cultural.

Seis meses depois da promulgação da lei, entrou na rede a cabo a TV Campus, da Universidade Federal de Santa Maria (TORVES, 2007, pág. 99). Começou uma ocupação lenta e gradual dos canais, a princípio partindo daquelas IES que já mantinham uma televisão aberta no município e/ou tinham uma estrutura em seu departamento de comunicação que lhes permitisse uma produção iniciante. A partir de 1997, apareceram os primeiros ‘consórcios’ nas poucas cidades cabeadas (número que permanece baixo), que serão conhecidos como ‘canais universitários’. A maior cidade do país viu surgir o CNU – Canal Universitário de São Paulo, integrando nove universidades, seguida por Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, em 1998, com nove associados, Rio de Janeiro (19) e Belo Horizonte (4), em 1999 (TORVES, 2007, pág. 100). Embora a legislação determinasse, naquela ocasião (tal limitação será cancelada pela Resolução no. 581 de 26 de março de 2012, da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL)), o uso do canal exclusivamente por universidades, somente São Paulo barrou a entrada de outras instituições de ensino superior e pesquisa. Hoje são mais de cem canais pelo país – alguns com uso compartilhado, outros usados individualmente por uma IES. Embora seja um crescimento significativo, ainda é um número irrisório perante os mais de 5 mil municípios brasileiros, dos quais apenas cerca de 250 cidades são cabeadas (ANUÁRIO, 2013, pág. 14).

A Lei do Cabo acabou também por incentivar as IES em busca do sinal aberto, uma vez comprovada a estagnação do crescimento da TV paga no país. Outras outorgas foram concedidas pelo país e o Ministério das Comunicações baixou a Portaria 450/2011, determinando a preferência das universidades para a ocupação dos canais educativos abertos, uma reivindicação antiga do segmento e que serve como mecanismo para evitar uma nova distribuição de outorgas

de forma político-partidária.

Em 2010, de acordo com o Mapa da TV Universitária Brasileira (RAMALHO, 2011), já eram mais de 150 IES que produziam televisão, veiculando em sinal aberto, no cabo, satélite, micro-ondas, na internet e em circuito interno, somente em um deles ou em mais de uma plataforma. Numericamente, é um crescimento importante, já que, antes da lei do cabo, haviam menos de duas dezenas de televisões universitárias em sinal aberto. No entanto, ainda é um número muito baixo, pois essa centena e meia representa apenas 9% das IES brasileiras.

3 A organização e a RITU

Não tardou, após a promulgação da Lei do Cabo e do surgimento das novas emissoras universitárias, para que o segmento começasse a se articular. Já em 1997 foi realizado o 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, pela Universidade de Caxias do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul (que depois despontaria como principal celeiro de televisões universitárias de qualidade técnica e operacional). Foram representantes de aproximadamente 50 IES, nem todas elas produzindo TV, mas com anseio de entender o momento e de se lançar na aventura. Após dois dias de troca de pontos de vista e de experiências, ficaram duas certezas: 1) as TVs universitárias precisavam urgentemente de uma rede de intercâmbio de programação, tanto para suprir as deficiências em suas grades como para ampliar a capilaridade das produções; e 2) que isso só seria possível com a construção de uma entidade que agregasse essas emissoras.

Surgiu, três anos depois, a ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária. Sua principal missão era concretizar a RITU – Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária e, paralelamente, tentar construir um segmento diferenciado, tanto politicamente, como no imaginário do telespectador e da academia. Como associação, também pretendia ser o centro que proporcionasse a integração, a troca de experiências e o referencial para a busca de soluções para desafios que já apareciam e para outros que, com certeza, ainda iriam despontar.

A primeira missão se mostrou uma tarefa mais complexa que se imaginava. Efetivamente, após 13 anos da sua fundação, a ABTU ainda não conseguiu concretizar a RITU. Inicialmente imaginava-se a implantação de uma central para recebimento e despacho, como uma espécie de locadora. No entanto, diante das limitações das próprias emissoras (de equipamentos e de pessoal para cópia e operação), esta iniciativa seria mais um problema para as TVs do

que uma solução. Assim, na prática, cada emissora com condições de enviar e receber produtos das parceiras o fazia de forma direta, sem a necessidade da intermediação da associação, o que se mantém até hoje.

Tentou-se, então, a mudança de enfoque. Se o problema estava em cada um copiar e enviar o seu produto, uma solução seria a operação se restringir à simples transferência do arquivo digital para uma plataforma na nuvem da internet. O entrave, no entanto, estava na incipiente banda larga do país, que não compor-

tava o trânsito de vídeos. Assim, a RNP – Rede Nacional de Pesquisa, autarquia governamental que interliga as universidades públicas no país, apareceu como parceira, pois sua rede estava ociosa. Um convênio foi estabelecido entre a RNP e a ABTU, em que a primeira ofereceria o desenvolvimento da plataforma e da ferramenta, enquanto a segunda disponibilizaria o conteúdo e as IES produtoras.

O projeto durou alguns anos e a plataforma foi efetivamente desenvolvida. No entanto, com a inconstância das políticas de gestão do governo – uma hora

entusiasmado com o projeto, em outras desarticulando o processo - o caminho foi errático e criou uma descrença por parte das emissoras que deveriam disponibilizar os conteúdos para o tráfego, o que somente piorou com a falta de manutenção da rede. Com o surgimento da TV Brasil e a criação da Redelfes (de IES federais), a RNP foi direcionada para levar a plataforma a ambas, e abandonou o projeto com a ABTU. Atualmente, tenta-se repetir a mesma ideia com empresas privadas. Em seguida um quadro sistemático sobre as tentativas de criação da RITU.

Quadro 1

RITU e suas tentativas de implantação

Meio de Intercâmbio	O que era?	Vantagens esperadas	O que deu errado
Correios	Uma central de recebimento, armazenamento físico e envio.	Cada emissora enviaria a sua produção para cópia e distribuição, e receberia da demais emissoras.	<ul style="list-style-type: none"> • Valor do tráfego dos correios • Indisponibilidade de fazer cópias na origem • Multiformatos de mídia • Necessidade de investimentos em equipamentos se mídia de suporte para cópia
Satélite	Criação de uma rede nacional de canais universitários, via satélite.	Cada emissora enviaria a sua produção para cópia, distribuição e empacotamento, e receberia a programação via satélite podendo utilizar o que melhor lhe fosse conveniente.	<ul style="list-style-type: none"> • Valor do canal de satélite e falta de um parceiro neste segmento • Indisponibilidade de fazer cópias na origem • Necessidade de investimentos para empacotamento • Falta de um projeto comercial e quem o implantasse
Rede RNP	Desenvolvimento de uma plataforma para internet e uso da Rede Nacional de Pesquisa	Como maior problema era na origem e na necessidade de centralização no recebimento, empacotamento e transmissão, a gora há disponibilização de uma plataforma focada apenas no tráfego pela internet. Os vídeos continuariam na origem, dentro de cada emissora que, através de um site na internet, postaria a disponibilidade de sua produção, assim como teria acesso à produção das demais emissoras. O grande peso de tráfego de um vídeo seria compensado pela rede robusta da RNP.	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de manutenção da plataforma pela RNP • Limitação da rede, chegando apenas em algumas instituições públicas
Empresa privada de distribuição de conteúdo pela internet	Desenvolvimento de uma plataforma na internet e uso na internet comum	É a mesma lógica que a anterior. A diferença é que, ao invés de um serviço público, a empresa contratada é privada, será remunerada pela publicidade da plataforma, e terá parte em eventuais vendas de conteúdo. O peso dos vídeos agora é compensado pela evolução da banda larga no país, assim como pelo aprimoramento dos processos de compressão.	<ul style="list-style-type: none"> • Desinteresse da empresa pela baixa banda larga deficiente na ponta das emissoras
Empresa privada de distribuição de conteúdo pela internet	Desenvolvimento de uma plataforma na internet e uso na internet comum	Persegue os mesmos objetivos da proposta anterior. As diferenças são: o autofinanciamento, o desenvolvimento da compactação dos protocolos de tráfego e do software de interface, o que tomou possível transitar os vídeos com qualidade mesmo com uma banda comum.	<ul style="list-style-type: none"> • Lançado em março de 2013

Fonte: o autor

No entanto, se a realização do seu principal objetivo não foi satisfatória, as atividades paralelas se mostraram, ao longo dos 13 anos da entidade, mais eficazes que se esperava. A ABTU conta hoje com quase 50 IES como afiliadas e tem reconhecimento de todos os setores governamentais, institucionais e privados. A entidade é constantemente chamada para atuar na formulação de políticas públicas e para o debate das questões pertinentes ao segmento do campo público de televisão, e assim tornou-se uma referência no setor. Realiza fóruns e seminários regularmente, participa de audiências e manifestações públicas e representa a TV universitária em instâncias de conflito e pesquisa, além de pressionar o governo, muitas vezes com sucesso, para que atue em prol do segmento.

4 Conceito de televisão universitária

Um dos motivos do hiato entre o I Fórum Nacional de TVs Públicas (1997) e a criação da ABTU (2000) foi um constante debate em torno de apenas um tema: afinal, o que seria uma televisão universitária? No que se refere à sua missão, o que deve conduzir sua linha de programação, nunca saiu de voga a linha defendida, ainda no I Fórum, por Paviani.

“O perfil de uma televisão universitária é muito simples. Tem a função de estender o ensino, a pesquisa e a cultura a toda a comunidade acadêmica e à sociedade e, em consequência, de realizar plenamente os fins da universidade, especialmente quando ela se define como regional. Se todas as televisões podem colocar mais ciências em suas programações, muito mais o deve fazer uma televisão universitária (PAVIANI in, DE CARLI, TRENTIN 1998, pág.18).”

No entanto, se a missão tornou-se clara, a forma de gestão dos canais universitários pelas diversas IES divergiu. Alguns consideravam que seria apenas a conjunção das IES no canal universitário, já que somente essa denominação existia na legislação brasileira. Neste sentido, as TVs não existiriam individualmente, ligadas apenas a certa universidade; o canal universitário seria a soma das produções das IES, dentro de uma linha de programação conjuntamente discutida.

Outra linha acreditava que TV Universitária seria toda aquela produção realizada por uma IES, que tivesse como linha editorial a educação, a divulgação científica, a formação do cidadão, a valorização da cultura regional e local, e os interesses sociais. E, como tal, seria ligada a uma instituição, mas não necessariamente a um modelo de transmissão. Poderia haver TVU no sinal aberto, a cabo, na internet, em circuito fechado, em outros

canais, desde que preservado também o conceito que estrutura a ideia de televisão: programação contínua, formatada e com uma identidade própria.

Ao final, a segunda opção foi e continua majoritária, mas não unânime. O canal universitário de Porto Alegre, o UNITV, mantém a filosofia da primeira linha. Entretanto, não é fácil confortar tantos interesses em uma grade de programação, ainda mais porque a diversidade de configurações jurídicas das IES no Brasil é enorme. Há universidades públicas nas três instâncias (federal, estadual e municipal), instituições confessionais das mais variadas inspirações religiosas (católicas, presbiterianas, metodistas e todas as suas divisões internas), entidades filantrópicas (de fato, ou não) e privadas. E, certamente, cada uma delas, somadas as convicções pessoais da reitoria do momento, não auxilia na construção de um ser de comunhão que tem como principal missão justamente eclipsar seus mantenedores.

Tal diversidade levou também ao limite a discussão sobre qual deveria ser o modelo de uma televisão universitária, pois, à exceção da linha de programação citada anteriormente, a conclusão a que se chegou foi que não se deve ter um modelo de TVU. Ela deve ser diversa como são diversas as instituições que as mantêm. Dessa maneira, começou-se a responder algumas das questões que afligiam quem tinha ou queria ter uma televisão universitária:

Produção feita pelos alunos ou por profissionais?

A princípio, grande parte das emissoras surgiu dentro de seus departamentos de comunicação, como projetos quase pessoais de professores, alguns funcionários e estudantes, em regime de voluntariado. Esse caminho ainda se repete, mas cada vez menos.

Outras IES optaram por terceirizar completamente a produção, contratando uma produtora externa e deixando à academia apenas a concepção da política de grade. Em algumas, sequer havia representantes da escola na produção, já em outras havia a obrigatoriedade de utilizar o corpo docente e discente.

Também há quem entregou toda a produção, ou para um grupo de alunos sob supervisão de professores, ou para professores que utilizaram a mão de obra de estudantes. Não há uma fórmula perfeita e cada uma das IES utiliza a que mais lhe convém, no âmbito do custo/benefício, da política acadêmica, da disponibilidade estrutural e do humor do reitor da ocasião.

No entanto, os anos têm construído pelo menos uma certeza: quanto mais cedo a televisão criar vida própria dentro da IES, mais possibilidades de sobrevivência e avanços ela terá. Ficar ligado a apenas um departamento – sujeito a movimentos políticos internos nem sempre

gratificantes – deixa vulnerável a TVU. Quanto mais ela trabalhar para a universidade, mais será indispensável a ela.

TV estudantil ou TV da universidade?

Há sempre uma reivindicação de parte dos estudantes que a TVU seja um meio de comunicação dos estudantes, e não uma televisão institucional. Por outro lado, as reitorias reivindicam que, se elas pagam a conta, devem estar refletidos os seus valores na grade de programação. Ambos mostraram, ao longo dos anos, que têm razão.

As IES que optaram por uma grade apenas institucional, em busca do fortalecimento de sua imagem, rapidamente caíram em descrédito, e o benefício esperado não foi obtido.

Por outro lado, uma programação somente feita por estudantes e para os estudantes carecia de um projeto a médio e longo prazo, uma vez que os alunos estão ali temporariamente, carecendo de uma proposta conceitual e de foco. É essa identidade, mantida a médio e a longo prazo, que caracteriza uma televisão. Se também não houver a preocupação com o lado institucional, há um grave comprometimento com a sobrevivência da TV que, ao valorizar sua instituição, transforma-se em um instrumento sem utilidade para a IES. Portanto, nada melhor para a continuidade da existência de uma TVU do que entrevistar o reitor regularmente!

As IES que abrem sua produção para os estudantes entendem que uma importante função do canal é a laboratorial e usam a possibilidade de acesso à TV em seu marketing de atração de novos alunos. Por outro lado, as que restringem temem prejudicar a imagem da instituição, tanto pela imaturidade da produção estudantil, quanto pelo eventual caráter subversivo dos conteúdos tratados. Lembremos que não há produção estudantil totalmente autônoma, isto é, concebida e financiada pelos próprios estudantes.

Um problema surpreendente nas TVUs brasileiras foi a triste tendência dos estudantes em reproduzir conteúdos, formatos e posturas já consagrados na TV comercial. Há uma preocupação em “fazer currículo”, demonstrando capacitação nos parâmetros convencionais da TV, para facilitar o acesso ao mercado de trabalho. Falta criatividade e sobram conservadorismo e conformismo. Com isso, a função laboratorial da TV universitária é mal aproveitada, devido ao desinteresse estudantil pela experimentação.

No entanto, seria injusto deixar de apontar que os alunos também acabam sendo reféns das deficiências técnicas, burocráticas e acadêmicas das IES mantenedoras, sem muitas condições operacionais de reprodução da linguagem pela revolução da linguagem.

Quanto à linguagem, o experimental é fundamental, se não uma das obrigações de uma televisão universitária, mas,

transmitir somente conteúdo experimental causa estranheza ao público e o afasta do projeto televisivo.

Mas que público seria esse? Essa é uma questão muitas vezes ignorada pelas TVUs. Na realidade, há pouquíssimas emissoras que, antes de entrar no ar, no cabo, na rede, preocuparam-se em fazer um planejamento estratégico primeiro. Portanto, a programação inicial é formada de ideias isoladas que ganham força no grupo fundador da emissora, mas que parte de opiniões pessoais. Fazem programas para si mesmo.

É necessário saber primeiro quem pode assistir às transmissões da emissora. O público generalista de uma emissora aberta certamente não é o mesmo, segmentado, de um canal a cabo. Da mesma maneira, quem assiste à programação na internet não assiste da mesma maneira que em circuito fechado. Visto isso, é importante saber os objetivos da TVU para a IES. Uma TV para a universidade ou da universidade? Na primeira opção, prioriza-se uma programação voltada para a comunidade acadêmica, e, na outra, para mostrar a cara da IES para a sociedade.

Obviamente, pode-se unir as duas opções, programação para a comunidade acadêmica e para a sociedade onde a IES está inserida, desenvolvendo, inclusive, uma pesquisa em linguagem audiovisual, uma proposta de televisão diferente, um meio de comunicação entre a universidade e as comunidades em torno, ou a cidade em geral. Essa programação pode ter caráter documental, de registro e de divulgação científica e ser tanto um instrumento institucional, como de entretenimento, quebrando o paradigma de que ambas as situações são impróprias para a produção universitária.

A TV universitária também tem o potencial de ser o catalisador do desenvolvimento local, tanto na abordagem dos acontecimentos pelos quais a grande mídia não se interessa, quanto das especificidades do entorno que somente a TVU tem condições de cobrir e levar ao seu público. Também pode ser o canal para análise dos ditos “grandes acontecimentos”, de interesse dos meios de comunicação de massa tradicionais, e que somente a universidade consegue abordar sob diferentes pontos de vista, graças ao corpo docente que tem. Além de oferecer muito mais tempo para o debate e esclarecimento que os curtos programas telejornalísticos das emissoras comerciais.

O cardápio é infundável e pode ser servido a la carte ou selfservice. Deve ser definido, como em todo bom restaurante, antes do estabelecimento do menu, que será feito para o gosto e prazer do cliente, mas a partir da nossa própria cozinha.

Pode ser a TV Universitária um projeto de extensão?

Há um grande desperdício quanto

ao uso das TVUs como projeto de extensão, em parte, é verdade, decorrente do próprio isolamento das TVUs em relação aos demais segmentos das IES. Isso pode ser atribuído à sua gênese departamental, produção constante sem planejamento holístico e sem planejamento fora de suas salas de edição, e ainda à cultura universitária segregacionista da qual faz parte.

Voltar-se para as comunidades, interna e externa, tem se mostrado uma estratégia de grande retorno para as TVUs brasileiras. São projetos envolvendo a divulgação e apoio a trabalhos de ações comunitárias, atividade de extensão universitária, difusão de conhecimentos gerados na universidade, divulgação científica e institucional, ações de cidadania visando à promoção e reforço de valores de convivência democrática, inclusão e participação social.

Um outro importante enfoque pode ser a comunicação local e o atendimento a demandas informativas e de entretenimento que a TV comercial local não supre, transformando a TVU em uma alternativa de televisão, com conteúdo e linguagem próprios e compromisso social. Pode, inclusive, servir de educação para as mídias, orientando-as para o uso da televisão em favor da comunidade.

Internamente, pode auxiliar na construção de uma identidade institucional, além de ser um instrumento de comunicação interna e de coesão do segmento universitário. Facilita esse trabalho – e a sobrevivência da emissora – se o seu uso for por toda a comunidade acadêmica. Não só público, mas também na sua produção: que o curso de Direito possa fazer um programa sobre direito do consumidor, o de Nutrição outro com dicas de alimentação, o de engenharia discutir a história da urbanização da cidade, etc.

5 Quem paga a conta?

Não há dúvidas que o maior problema das TVUs é o seu financiamento. Poucas são as exceções à regra, que apresentam financiamento próprio. Todas as demais são bancadas pelos orçamentos das suas IES, nem sempre de forma harmoniosa. Dependem sempre da sensibilidade dos dirigentes da ocasião para a ampliação, enxugamento ou simplesmente extinção do orçamento dedicado à emissora. Como é constante que as IES, tanto públicas e privadas, passem periodicamente por crises financeiras, as TVUs estão em permanente estado de tensão sobre a sua sobrevivência.

Embora desejando ser diferentes, as televisões universitárias herdaram muito da cultura das TVs comerciais e pecam por não desenvolver modelos próprios de negócio. Ainda acreditam que a única maneira de finalizar uma TV é na venda dos espaços dos intervalos. Como a legislação proíbe, tanto nas emissoras abertas

quanto nas TVs a cabo, está criado o impasse. Porém, há soluções, e todas elas passam por imaginar um modelo de negócio que seja diferente: o financiamento das TVUs não virá dos espaços, que não se pode negociar, mas sim do serviço que presta.

O principal negócio da TVU é produção de conteúdo. Portanto, seu negócio é encontrar quem gostaria de ter conteúdo diferenciado, com as características da sua linha editorial e que ganha, como grande diferencial em relação a uma produtora comum, a sua exibição para uma audiência qualificada. Neste sentido, os velhos apoios culturais e patrocínios continuam válidos, mas não apenas para assinar um produto alienígena à sua filosofia, mas como parceiro da empreitada. Um supermercado pode patrocinar um programa com dicas de consumo responsável, uma clínica local pode esclarecer sobre as endemias recorrentes na cidade e como evitá-las, tudo isso associado à experimentação de linguagem e ao reforço do capital intelectual da universidade.

Não estão proibidas as campanhas institucionais, desde que voltadas para o interesse social e a melhoria da qualidade de vida. Neste sentido, a busca por parcerias com entidades públicas não está descartada, embora haja nelas um grande preconceito em considerar as televisões universitárias como mídia.

Outra possibilidade é a de prestação de serviços enquanto produtora de audiovisual. Certamente, em comparação com a concorrência, as TVUs ganham em custo/benefício, pois parte de seus equipamentos e recursos humanos já está subsidiado pela própria universidade. Além disso, existe sempre a possibilidade de desenvolver um roteiro com mais substância intelectual, pontos de vista diferentes e fontes diversificadas de informação.

Neste mesmo caminho, há uma profusão de editais, públicos e privados, para a produção audiovisual, em grande parte buscando os mesmos conteúdos e formatos nos quais TVUs são especialistas. São conteúdos para abastecer um mercado cada vez mais crescente de emissoras segmentadas, como as educativas, estatais e privadas, e as programadoras dos canais de TV pagos. Para isso, no entanto, é fundamental a profissionalização das emissoras, não só na sua produção, quanto na sua burocracia operacional, a fim de atender aos requisitos de para desenvolvimento de projetos e sua prestação de contas.

Muitas IES também tem utilizado sua experiência em TVUs para se lançar no desafio da educação à distância. O EaD tem se mostrado como uma importante fonte de nova renda para as universidades e o material didático audiovisual tem sido uma obrigatoriedade na estrutura curricular.

Por fim, mas talvez o mais importante,

as TVUs devem ser prestadoras de serviços para a própria universidade. São clássicas as ligações entre reitoria e outros setores da universidade para cobrir eventos institucionais e acadêmicos. Essas demandas custam tempo de equipamento e recursos humanos, que poderiam estar sendo utilizados na produção da emissora e são deslocados por ordem da reitoria ou outros departamentos – independente do deadline da programação. Os produtos resultantes dessas solicitações, na maioria das vezes, têm pouca ou nenhuma visibilidade que justifique a energia dispendida e sequer podem ser utilizados para a programação regular da emissora. Ou seja, a TVU deixa de ser uma emissora para ser uma simples empresa de registro audiovisual.

Sabendo disso, algumas IES encontraram na taxa de tais serviços uma boa maneira de coibir os excessos e gerar uma boa renda, mesmo apenas na troca de valores por centro de custo no orçamento da instituição. Como consequência colateral, tais serviços prestados aos demais departamentos são valorizados pelos setores distintos da universidade que deixam de pensar na TV apenas como uma captadora de imagens à revelia de um projeto de televisão universitária.

6 Atual quadro

A televisão universitária brasileira encontra-se, neste momento, em meio ao debate e a transição da TV aberta analógica para a TV Digital, que ocorre simultaneamente ao aprimoramento da legislação e ao incremento das tecnologias de comunicação e informação (TIC). No entanto, tem sido um caminho com vitórias e derrotas. A Lei de Acesso Condicionado (Lei 12.485, 12/09/2011) estabeleceu a obrigatoriedade de um canal universitário também nas TVs pagas via satélite, algo inexistente na legislação anterior, restrita apenas as TVs a cabo. Outro fator relevante, que atinge apenas indiretamente as emissoras das IES, mas de grande importância econômica para aquelas que melhor se estruturarem, são as cotas de produção nacional exigidas dos programadores e operadores de TV paga pela mesma legislação. Com custo bem menor e diversidade temática na produção, as produtoras universitárias podem ser importantes fornecedoras de conteúdo.

Quanto à TV Digital, que até 2016 pretende mudar toda a transmissão e recepção das TVs abertas (e gratuitas) brasileiras, a luta das TVUs é pela reprodução das conquistas da Lei do Cabo para o sinal aberto, uma vez que há uma economia maior no espectro. Com isso, as IES poderiam contar com um canal local para compartilhamento de suas programações, saindo do aprisionamento da TV paga. Se somente a utilização no cabo já provocou o crescimento geométrico

das TVs Universitárias, imagina-se que tal fenômeno será ainda maior quando houver a possibilidade de se chegar, via ar, aos lares dos brasileiros, sem que eles precisem pagar por isso.

Na pauta de reivindicações das TVUs brasileiras está um canal universitário local, uma vez que já está assegurado um canal nacional, mas regido pelo Ministério da Educação, de forma centralizada em Brasília, e sem inclusão de programação local. É fundamental também a autonomia local para formação da grade de programação.

No entanto, a TV universitária local tem sofrido derrotas neste campo. Na Norma Regulamentar de 19 de dezembro de 2012, que refere-se à regulamentação do Canal da Cidadania, parte local do conjunto de canais públicos administrados nos âmbitos federal, estadual e municipal, dentro do Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), excluiu o canal universitário, embora tenha garantido dois comunitários. Não é uma guerra totalmente perdida, pois, sendo norma, ainda pode ser alterada se objeto de pressões sociais e institucionais.

Neste sentido, é prioritária a participação das TVs Universitárias e da força política das IES em todas as instâncias decisórias sobre a constituição e regulamentação do campo público da televisão. Como bem lembra Jesús Martín-Barbero (2002), os países latino-americanos precisam, “como nunca antes precisaram, da existência clara e operante de uma televisão pública”, mesmo considerando que há dificuldades “na hora de pensar a especificidade do caráter público”. As relações de uma TV que se pretenda pública com o governo são o ponto de partida para a definição de um modelo, a começar pelo marco jurídico-institucional, a composição, finalidade e forma de eleição ou condução dos conselhos gestores, o financiamento, os critérios de programação.

Tal exemplo também pode ser levado para dentro das universidades. A institucionalização das TVs Universitárias dentro das IES pode passar para a criação de conselhos, regulamentação, estrutura, orçamento, formas de sustentabilidade e de participação ativa da comunidade acadêmica e da sociedade na sua gestão.

7 Considerações finais

As universidades, embora sejam conhecidas como exímias produtoras de conteúdo impresso, não são vistas como produtoras de conteúdo audiovisual, e nem parecem se esforçar muito para isso.

Neste sentido, o Brasil tem o que aprender e aprofundar. Com o mundo cada vez mais solicitando conteúdos, há uma oportunidade a ser explorada. Ainda mais se considerando-se que, se há um grande investimento das emissoras co-

merciais por tais conteúdos, há pouca oferta para as emissoras públicas ou não comerciais, embora a demanda seja igualmente grande.

É preciso, no entanto, transformar tal diferencial do Brasil em um produto de visibilidade, além de adequado para o mercado internacional. Tudo isso sem abrir mão do regional e local, o principal enfoque destas emissoras. Porém tal visão local, a partir de um conceito do interesse público e social – sem deixar de ter o entretenimento e o prazer de assistir como referencial – também é um diferencial. Um vídeo sobre os índios da Amazônia, a partir da visão de uma universidade local, certamente tem um potencial enorme de ter uma visão original que também interessaria ao mercado mundial.

É importante ressaltar que é possível vislumbrar oportunidades de negócio para o Brasil. Vejamos algumas delas:

a) temos mais criatividade no que diz respeito ao uso da interatividade, comprovada, pelo grande número de aplicativos idealizados por brasileiros para a telefonia celular. Tal criatividade pode muito bem ser direcionada para a interatividade da TV Digital, carente neste setor. Portanto, o incentivo e o desenvolvimento, pelas universidades, da indústria de micro e pequenas empresas na área de softwares de aplicativos de interatividade não só encontraria mercado interno, como também mercado externo;

b) há uma carência, em outros mercados, de conteúdos que temos de sobra no Brasil: documentários com visões originais, pequenas séries documentais e/ou específicas para determinados públicos, ficção voltada para questões de cidadania. O problema, no entanto, é que se trata de uma produção dispersa, que necessitaria de uma política de agregação, ou mesmo fomento para a sua centralização e posterior comercialização;

c) por outro lado, há pouco profissionalismo em toda a cadeia de produção, desde o cinegrafista até quem escreve um projeto. As escolas não têm a cultura do empreendedorismo e forma, majoritariamente, bachareis ‘críticos’ ou ‘conceptistas’, e raramente técnicos e empreendedores (que só agregariam se fossem também ‘críticos’ e ‘conceptistas’). Essas habilidades não são vistas de forma transversal durante os cursos. Quando muito, uma disciplina isolada. Portanto, investir nas mudanças de currículos (melhor, nas propostas de cursos e suas bases transversais) e na criação e/ou fomento de incubadoras de produtoras, poderia sinalizar para

o segmento da educação um rumo que começaria a criar uma cultura de produção audiovisual profissionalizada. Como as TVs Universitárias já produzem e são o que de mais próximo as IES têm enquanto produção profissional, teriam o primeiro impacto, assim como o principal local de visibilidade. E iniciariam um processo de 'bola de neve' pelo mundo acadêmico;

d) fazer valer o decreto de implantação da TV Digital, muito

bem definido nos seus objetivos para a sociedade. E, a partir daquelas premissas, fazer programas que auxiliem, tanto o governo quanto iniciativa privada a cumprir suas promessas;

e) aproveitar todas as novas possibilidades da Lei de Acesso Condicionado, tanto na ocupação dos seus novos canais universitários, como se posicionando como um salutar, diverso, barato e dinâmico produtor de conteúdos para os

demais canais ávidos por programação de qualidade. Porém, não permitir, por pressão social e institucional, que esses mesmos canais não deem continuidade a sua trajetória de se oferecerem como opção na TV aberta.

Certamente, tudo que foi levantado aqui serve como exemplo do que deve ser seguido, evitado, potencializado e cuidado para as TVs Universitárias no Brasil e no mundo.

Publicado originalmente na Revista *Em Questão*, da UFRGS, v. 19, n. 1 (2013).

REFERÊNCIAS

ANUÁRIO DE MÍDIAS DIGITAIS PAY-TV 2013. São Paulo, Converge Comunicações, 2013.

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. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm>. Acesso em: 16 de março de 2013.

CENSO DEMOGRÁFICO 2010: características da população e dos domicílios. Resultado do universo. Brasília, Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, 2011. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em 16 de março de 2013>.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe, TRENTIN, Ary Nicodemos (org). A TV da Universidade. Caxias do Sul: UCS, 1998.

FRADKIN, Alexandre. Histórico da TV Pública/Educativa no Brasil. In: CARMONA, Beth; FLORA, Marcos. [et al.]. O desafio da TV pública. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003. pág. 56-62

I FÓRUM NACIONAL DE TV'S PÚBLICAS: Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006. 112 pág. (Cadernos de debates)

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisão Pública, Televisão Cultural: entre a renovação e a invenção. In: Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. RINCÓN, Omar (org). São

Paulo: ILDES/FES, São Paulo, 2002.

MILANEZ, Liana. TVE: cenas de uma história. Rio de Janeiro:

ACERP, 2007. RAMALHO, Alzimar. Mapa da TV Universitária Brasileira – Versão 3.0: Viçosa: Anadarco Editora Comunicação, 2011.

TORVES, José Carlos. Televisão Pública. Porto Alegre: Editora Evangraf, 2007.

VALENTE, Jonas. Sistema Público de Comunicação no Brasil. In: Sistemas públicos de comunicação no mundo: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervozes, 2009. – (Coleção Comunicação)

University TV as education, research and extension: 45 years of experience in Brazil

Abstract: In Brazil, the first college television station was launched in 1967. Nowadays, there are over than 150 university stations broadcasting. The country also has an unprecedented global mobilization regarding the exchange of programming, networking and representative political activity. This article proposes to describe the profiles of these stations, the path and its institutionalization within the university. It also evaluates how the "tripod" (teaching, research and extension), required to Brazilian institutions of higher education, affects those college stations. It aims to demonstrate how the Brazilian examples, in its various aspects, can be reproduced - or avoided. Finally, a series of new perspectives and challenges are presented, as well the proposals for addressing them

Keywords: University TV. Universities. Brazil. Communication. Education.

1 Trabalho apresentado no GT – História e Teorias da Comunicação e Imagem do VII Congresso SOPCOM, realizado de 15 a 17 de Dezembro de 2011 na cidade do Porto/Portugal e atualizado em março de 2013.

2 Milanez, no entanto, defende que "desde 1958, por exemplo, a estação de TV Educativa da Universidade de Santa Maria (RS) produzia programas educativos" (2007, pág.31)

TV universitária, um modelo em construção entre o público e o privado

Autoras: Flávia Cortese Martelli e Maria Teresa Miceli Kerbauy

Titulação: Mestre em Comunicação / Doutora em Ciências Sociais

Contatos: flavia_martelli@yahoo.com.br / kerbauy@travelnet.com.br

Universidade de Ribeirão Preto / Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho

Resumo: O trabalho proposto parte da premissa que as TVs universitárias, que compõem os canais universitários, tanto públicas como privadas, possuem grande potencial de produção de programas educativos, mas não são detentoras de um modelo sustentável de gestão. As características que delineiam as TVs universitárias ainda estão sendo formadas no país, desta forma, necessita-se verificar como as Políticas de Comunicação e as questões administrativas internas das universidades afetam o desenvolvimento e a manutenção das TVs, como também a estrutura de gestão, já que a maior parte dessas emissoras divide o espectro de um mesmo Canal Universitário de TV por assinatura via cabo. Nesse contexto é importante compreender a evolução recente das TVs universitárias e saber de que forma elas ocupam esse espaço público midiático da sociedade moderna.

Palavras – chave: TV universitária; Política de Comunicação; Público; Privado.

1 Jornalista e mestrandia do programa de Pós-Graduação em Comunicação da Unesp-Bauru, e-mail: flavia_martelli@yahoo.com.br

2 Orientadora do trabalho. Professora doutora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação/UNESP, email: kerbauy@travelnet.com.br.

Introdução

A expansão da televisão no pós-guerra, mudou as relações sociais do homem contemporâneo, principalmente o homem cosmopolita. O papel da mídia, especialmente desempenhado pela televisão, chega num momento de transformação e de valorização da vida íntima – privada, e o esvaziamento da vida pública.

“A história das palavras “público” e “privado” é uma chave para se compreender essa transformação básica em termos de cultura ocidental. (...) Perto do século XVII a oposição entre “público” e “privado” era matizada de modo semelhante ao de seu uso atual. “Público” significava aberto à observação de qualquer pessoa, enquanto “privado” significava uma região protegida da vida, definida pela família e pelos amigos (SENNET, 1995, pág. 30).”

É na sociedade contemporânea, marcada pelo crescimento das cidades, pelo surgimento dos conflitos entre diferentes nacionalidades providas das migrações e pelo consumo desenfreado, que especialmente a televisão tem o seu boom, surgindo como espaço público midiático.

Essa mídia eletrônica passa a ser cultivada em família, através dos noticiários, das novelas, dos programas de entretenimento, causando o abandono do lazer nos espaços públicos coletivos (SOUZA, 2003).

“A televisão colabora com a “reorganização do homem com o espaço” através de um processo complexo: ela valoriza o espaço

privado ao estimular a vida familiar, ou mesmo solitária, em frente ao aparelho transmissor; ela transmite “notícias e imagens” do que acontece “na rua”, simulando a participação do sujeito na vida pública (Ibidem, pág. 2).”

A televisão, dentro desse cenário de profundas mudanças sociais, foi utilizada como ferramenta de consumo de produtos de uma indústria cultural que tinha como base o Capitalismo. No Brasil, diferentemente de países como a Inglaterra e a França, essa mídia surge e se desenvolve nas mãos de empresas privadas, muito embora todas as concessões da TV aberta são públicas e pertencem ao Estado (CAPARELLI, 1982).

As TVs educativas somente começaram a ser pensadas após 20 anos da criação da televisão brasileira, que foi fundada desde os seus primórdios a partir do modelo comercial e desde então convive com o caos regulatório.

Para as emissoras educativas, o decreto 236/673 que as obriga a transmitir somente aulas, conferências e debates, caiu em desuso há mais de dez anos, mas o Ministério das Comunicações considera que continua em vigor, o que deixa as televisões sujeitas a punições (LOBATO, 2009)⁴.

Uma história de desregulamentação

Antes mesmo do surgimento da televisão no Brasil, o Estado já havia previsto o seu caráter de interesse público, seguindo uma tendência nacionalista da época (década de 30). Implantada efetivamente em 1950, por Assis Chateaubriand, a TV

vigente, então, primou pelo modelo comercial. Somente duas décadas depois, num período de crescente industrialização no país, surgem as TVs educativas, tendo como principais propósitos qualificar mão de obra para atuar na nova conjuntura econômica e dar ênfase aos conteúdos educativos que reafirmavam a ideologia da ditadura militar.

“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, pág.50).”

O interesse público e o caráter educativo permeiam até hoje a construção de uma televisão educativa, conceitos que ficaram no campo das ideias. Do Código Brasileiro de Telecomunicações de 1962 até a implantação da Empresa Brasileira de Comunicação em 2007, as TVEs sobreviveram garantindo a outros propósitos, entre eles a barganha política (BOLAÑO, 2007).

Decretos, leis e portarias implantadas desde o surgimento das TVEs objetivando ordenar o seu funcionamento, acabaram abrindo as chamadas “brechas” legais. As quais são aproveitadas em benefício próprio justamente pelas autoridades que deveriam zelar pela correta aplicação das leis que norteiam a regulamentação das TVEs, os “coronéis eletrônicos”.

3 Lei nº 4.117/62 instituiu o CBT- Código Brasileiro de Telecomunicações

4 LOBATO, Elvira. Lei de 67 deixa emissoras educativas na ilegalidade. *Matéria Folha de S.Paulo*. mai. 2009

É importante enfatizar que a TV educativa, dependendo do contexto e das forças atuantes no cenário político, tanto pode ser considerada um instrumento de representatividade da sociedade civil, quanto ser utilizada para consolidar o poder de um Estado autoritário e centralizador, como foi feito no surgimento dessas emissoras.

Com a implantação da EBC- Empresa Brasil de Comunicação em 2008 perdeu-se a oportunidade de reavaliar as antigas leis da década de 60 que até hoje regem as TVs educativas. Leis que, não aplicadas, abriram sérios precedentes para a viabilidade de manutenção de TVs educativas no país.

Segundo Barbosa (2008), não existe na regulamentação a figura jurídica do que seria uma emissora pública no país, e as que se autodenominam assim: são emissoras que surgiram de diversas formas tanto em gestão como em conteúdo de programação: são educativas ligadas aos governos estaduais, algumas criadas a partir da fundação de direito privado e outras mantidas por universidades e comunitárias.

A lei que criou a TV Brasil permite liberdade na captação de recursos e patrocínios culturais, acesso a um fundo para fomento da radiodifusão pública e autônoma para escolher sua própria programação (LOBATO, 2009).

“(...) 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 verdadeiro papel no ambiente da indústria televisiva nacional (JAMBEIRO, 2008, pág.96).”

A Constituição Federal de 88, que poderia representar uma nova etapa da regulamentação da radiodifusão, no final, manteve o privilégio do oligopólio das comunicações. Dentre as mudanças mais significativas foi a decisão final pelas concessões que saiu das mãos do poder Executivo para o Congresso Nacional. O Congresso passou a aprovar os pedidos de outorgas e concessões de rádio com duração de 10 anos e de TV 15 anos. O artigo 221 “diz que a programação de rádio e de TV deve ser educativa e

cultural, estimular a produção independente e a regionalização, e respeitar valores éticos e sociais” (MARTINS; REBOUÇAS, 2007).

A Constituição instituiu também o modelo triplice para a televisão brasileira – princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal – mas não houve regulamentação e, portanto, sem definições legais e muito menos conceituais.

Na visão de Bolaño (2007), a década de 90 foi marcada por transformações no setor das comunicações. A regulamentação da Lei do Cabo5, em um primeiro momento, representou uma vitória da esquerda política, uma luta que surgiu no Fórum Nacional pela Democratização e que impedia que as decisões fossem tomadas através de portarias ministeriais ou “desejos políticos”.

A Lei deu novos rumos à discussão da regulamentação da radiodifusão, o que não ocorria desde a década de 60 com o Código Brasileiro de Telecomunicações. Ela toca em pontos importantes como a proibição do monopólio e do oligopólio nos meios de comunicação, a preservação das finalidades educativas, culturais e de informação, a proteção a cultura regional, a pluralidade e estímulo a produção independente. Mas o autor lembra que atrás da exploração do mercado de TVs por assinatura estavam as empresas de capital estrangeiro e grandes empresas privadas como as Organizações Globo, a Multicanal e o Grupo Abril que faziam parte da ABTA – Associação Brasileira de TVs por Assinatura. Por isso, o novo cenário que se mostrava de mudanças, encobria os mesmos oligopólios dominantes dos meios de comunicação.

“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 (BARBOSA, 2008, pág. 50).”

De acordo com Fradkin (2007), “algumas emissoras tiveram como raiz de sua criação razões de ordem política, outras deveram sua existência à tenacidade individual de idealistas, e poucas foram as que surgiram com objetivos explicitamente definidos”. Não existem referências exatas, mas até 1995, cerca de quinze universidades receberam concessões – a maioria replicando a programação das duas maiores emissoras educativas do País –, a TV Cultura de São Paulo e a TVE do Rio de Janeiro. Mas foi através do

surgimento da Lei do Cabo que as TVs universitárias triplicaram e hoje já representam 151 emissoras instaladas nos campi universitários (RAMALHO, 2010).

5 Lei nº 8.977 de 6 de janeiro de 1995

A TV universitária e seu crescimento

As TVs universitárias formam um segmento novo dentro da produção audiovisual brasileira. Elas nascem dos chamados “canais básicos de utilização gratuita”, que são aqueles voltados às Universidades e Instituições de Ensino Superior. Para Porcello (2002), a TV universitária surge como alternativa num momento de saturação dos atuais modelos existentes, sejam eles comerciais ou educativos.

“Entre 1995 e 2009, o número de TVs universitárias passou de cerca de 20 para aproximadamente 150, num salto quantitativo de 755%. No sistema por assinatura o conceito de canal muda completamente, já que a faixa de frequência, ou seja, o canal, carrega o conceito de “antena coletiva”, sendo compartilhado entre as universidades localizadas no município de abrangência da operadora. Apenas para exemplificar, o Canal Universitário de São Paulo é composto por nove TVs, cada qual responsável pelo seu conteúdo (RAMALHO, 2010, pág. 57).”

Segundo Ramalho (2007), define-se TV Universitária como sendo uma emissora ligada à universidade, centro universitário ou instituição de ensino superior (IES) e transmitida por canais de televisão abertos ou pagos, e/ou por meios convergentes - satélites, circuitos internos de vídeo, internet, entre outros. Por tratar-se de uma emissora pública, ou seja, sem fins lucrativos, deve ser mantida pela própria instituição acadêmica e, assim, comprometida com ela, ter o intuito de transformar o conhecimento armazenado na universidade em informação que seja compreensível por toda a população.

Mas o conceito de TV universitária ainda não é muito claro. Para muitos ela é responsável apenas pela produção de programas realizados por estudantes universitários. Para outros, é uma televisão de programação voltada apenas para o público estudantil.

“No conceito adotado pela ABTU (Associação Brasileira de Televisão Universitária), a Televisão Universitária é aquela produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, [...]. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários;

com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc. (PRIOLLI; PEIXOTO, 2004, pág.5).

Um Canal Universitário entre o público e o privado

O número de TVs universitárias cresceu dentro do cabo nesses últimos 10 anos, via TV por assinatura, assim como as emissoras comunitárias e as legislativas. Isso coloca a maioria das emissoras públicas do país apenas no sistema de televisão paga (RAMALHO, 2010).

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. (...) 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, pág. 50).

Para Prioli (2008) a distinção entre os dois tipos de TV não é clara. A TV estatal seria aquela diretamente financiada e gerida por organismos de Estado, enquanto a TV pública seria mais complexa. Teria financiamento tanto do Estado quanto do mercado e estaria submetida

a um conselho de representantes da sociedade, que teria autonomia total para orientar a linha editorial e destituir dirigentes, caso não a cumprissem.

“A televisão pública, entre nós, ainda é apenas um rótulo, ou no máximo um projeto.(...) Como acreditam que a simples ideia 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 (Ibidem, 2008).

Além de toda essa indefinição do que entendemos o que é público e o que é estatal, as TVs que hoje chamamos de públicas também se dividem em significado e conteúdo de programação. As TVs das IES – Instituições de Ensino Superior também não fogem a essa regra.

É via cabo que as TVs das IES se organizaram para a criação de um Canal Universitário. No artigo 23 da “Lei do Cabo”: “um canal universitário é reservado para as Instituições de Ensino Superior localizadas no município ou municípios da área de prestação de serviço” (BRASIL, 2001).

Dentro desses canais universitários, estão sediadas as TVs de universidades públicas e privadas, dividindo o mesmo espectro para veiculação da programação. “O grande desafio é exatamente construir uma unidade nesta diversidade, já que a maioria segue o modelo de divisão de horários por instituição, criando uma verda-

deira “colcha de retalhos”, prejudicando, assim, a identidade do canal perante sua audiência” (RAMALHO, 2010, pág.61).

Conclusão

A televisão brasileira, pautada a partir do modelo comercial, revelou-se um lugar primordial de moldagem ideológica do mundo e as TVs educativas, incluímos nesse contexto também as TVs universitárias, foram excluídas da possibilidade de atuação nesse cenário. Isso se deu pela não revisão das leis que regem a radiodifusão e que não acompanharam a evolução da sociedade contemporânea, salvaguardando interesses particulares dos grandes oligopólios da comunicação.

O caráter educativo não foi inicialmente delineado, apesar do Código Brasileiro de Telecomunicações e a Constituição de 88 estabelecer esse objetivo, e nem tal requisito teve parâmetros para ser avaliado. Apesar de as regras terem sido mudadas com o tempo, a programação de cunho educativo continuou a ser relegada ao campo das ideias.

É preciso entender qual é o papel das TVs públicas no país, sejam elas de caráter privado ou público e desta forma criar mecanismos legais que possibilitem sua sustentabilidade e desenvolvimento.

As produções de cunho educativo das emissoras educativas e universitárias podem e devem ganhar um maior espectro e desta forma propiciar um acesso maior às informações produzidas por elas, já que a maioria dessas emissoras hoje se encontra no cabo, e, portanto, de acesso restrito aos assinantes.

Talvez todas essas propostas de mudanças possibilitem a formação de uma TV pública de qualidade e com propostas mais claras sobre seus reais objetivos, propiciando uma proximidade maior com os anseios sociais da comunidade onde estão inseridas.

REFERÊNCIAS

- . I Fórum Nacional de TV's Públicas: diagnóstico do campo público de televisão. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.
- . I Fórum Nacional de TV's Públicas: relatórios dos grupos temáticos de trabalho. Brasília: Ministério da Cultura, 2007.
- ADORYAN, Adriano. A USP e sua TV: Um projeto de Universidade dentro da TV. 2004. 165 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004a.
- ALMEIDA, Maria Pia Mendes de. Televisões Universitárias: um projeto em andamento. Universia Brasil Net: Vida Acadêmica, 2004. Disponível em <http://www.universia.com.br/materia_imp.jsp?id=4820>. Acesso em: jul.2010.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. Disponível em <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em 21 Mar.2009
- BARBOSA, Bia. TV Brasil: o faz-de-conta da emissora pública. Revista Adusp, janeiro de 2008, nº 42, págs. 49-54.
- BOLAÑO, César R. S. Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil? São Paulo. Ed. Paulus, 2007, César R. S.; MOTA, Joane Santos. O caráter educativo da TV no Brasil: questões históricas, políticas e econômicas. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008, César R. S.; MOTA, Joane. O caráter educativo da TV no Brasil: questões históricas, políticas e econômicas. Intercom, 2008. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0728-1.pdf>>. Acesso em nov. 2009

BRASIL. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: ago. 2010.

. 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. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/leis/L8977.htm>>. Acesso em: ago. 2010.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (Org.). Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia. 1 ed. São Paulo : Paulus, 2005, v.1, pág. 77101. Disponível em: <http://www.pos.eco.ufrj.br/docentes/publicacoes/suzy_coronelismo.pdf>. Acesso em: jan. 2010.

BRAZIL, Carlos. Discutindo os canais universitários. Univer-
sia Brasil Net: Vida Acadêmica, 2004. Disponível em <http://www.universia.com.br/materia_imp.jsp?id=4837>. Acesso em: jun. 2010. BUCCI, Eugênio. A audiência na TV pública. Estado de São Paulo. 26 de março de 2009. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=530J-DB009>>. Acesso em: dez. 2009. CAPARELLI, Sérgio. Televisão e Capitalismo no Brasil. Porto Alegre. L&PM.1982.

COSTA, Sylvio; BRENER, Jayme. Coronelismo eletrônico: o governo Fernando Henrique e o novo capítulo de uma velha história. Comunicação & Política, Rio de Janeiro, vol. 4, n. 2, pág. 29-53, 1997. Disponível em: <<http://www.cebela.org.br/CBrevistaCePsum.asp?revista=33>>. Acesso em: set. 2009.

COUTINHO, Josmar Brandão. A Relação entre o Estado e a TV Educativa no Brasil: A Particularidade da TV Cultura do Estado de São Paulo. Tese de Mestrado: Unesp de Araraquara, 2003. Empresa Brasileira de Comunicação. TV Pública no Mundo, 2007. Disponível em: <http://64.233.163.132/search?q=cache:HI6_HONIRMoJ:www.ebc.com.br/tv-publica/tv-publica-no-mundo+financiamento+Tv+p%C3%BAblica&cd=2&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=br>. Acesso em 27 nov. 2009 às 10h25.

FRADKIN, Alexandre. História da Televisão Pública/Educativa. Disponível em: <<http://www.fndc.org.br/arquivos/HistoriaTVEducativa.doc>>. Acesso em: nov. 2009

INTERVOZES. Propostas do Intervenientes para a I Conferência Nacional de Comunicação: Contribuições a um programa para a efetivação do Direito Humano à Comunicação no Brasil. Disponível em: <<http://www.intervenientes.org.br/publicacoes/documentos/propostas-do-intervenientes-para-a-conferencia-nacional-de-comunicacao/Intervenientes02-Propostascompleto.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2010.

JAMBEIRO, Othon. A regulação da TV no Brasil: 75 anos depois, o que temos? Estudos de Sociologia, Ano 12, n. 24, 1º semestre 2008, pág. 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. 2009

LIMA, Vilma Silva. CNU: A TV Universitária no Mercado Televisivo Paulistano. Univeria Brasil Net: Vida Acadêmica, 2004. Disponível em <http://www.universia.com.br/materia_imp.jsp?id=4844>. Acesso em: jul. 2010.

LIMA, Vinícius A. de; LOPES, Cristiano Aguiar. Rádios Comunitárias: Coronelismo eletrônico de novo tipo (1999-2004). As autorizações de emissora como moeda de barganha política. Junho de 2007. Disponível em: <http://www.observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/.../Coronelismo_eletronico_de_novo_tipo.pdf>. Acesso em: 6 jan. 2010 às 19h.

LOBATO, Elvira. Lei de 67 deixa emissoras educativas na ilegalidade. Matéria Folha de S.Paulo. maio 2009.

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

MARTINS, M. ; REBOUÇAS, E. Evolução da regulamentação da mídia eletrônica no Brasil. Intercom - V Congresso Nacional de História da Mídia. São Paulo. 2007.

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

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, 2007. Disponível em <<http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=446TVQ005>>. Acesso em: dez. 2010.

Estatual ou Pública? A TV que não ousa dizer o nome. Observatório da Imprensa, 2008. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=470TVQ001>. Acesso em ago. 2010

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

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

SANTOS, Suzy dos; CAPPARELLI, Sérgio. Coronelismo, Radiodifusão e Voto: a nova face de um velho conceito. In: BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira (org.). Rede Globo: 40 anos de hegemonia e poder. São Paulo: Paulus, 2005.

SENNETT, R. O Declínio do Homem Público - as Tiránias da Intimidade. São Paulo: Companhia das Letras, 1974.

SOUZA, Mériti de. Televisão, violência e efeitos midiáticos. Psicologia, ciência e profissão : v. 23 nº 4. Brasília. Dez. 2003. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1414-98932003000400012&script=sci_arttext&tlng=en. Acesso em: jan. 2010.

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 reciam 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

nascem 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 emissoras, 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 por-

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 telecuriosos 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 exigí-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.

Estética, pluralidade e cidadania nas tevês universitárias *

Autor: Felipe Pena

Titulação: Doutor em Literatura e pós-doutor em Semiologia da Imagem

Contato: felipepena@globbo.com

Universidade Federal Fluminense

Resumo:

O objetivo deste trabalho é propor uma discussão sobre que tipo de linguagem as tevês universitárias devem empreender para atingir os objetivos de promoção da cidadania. Queremos propor que a pluralidade na gestão e na programação dos canais, além de uma estética identificada com seu público, são os melhores caminhos para promover um discussão sobre a cidadania que realmente inclua o “telespectador”.

Palavras-chave

Cidadania – tv universitária – estética – pluralidade - democracia

“Gosto de televisão porque ela permite falar coisas sobre as quais não acho que valha a pena escrever” (Truman Capote)

“A televisão é um veículo de diversão que permite a milhões de pessoas ouvir a mesma piada ao mesmo tempo e, ainda assim, continuar solitárias. (T.S.Eliot)”

Em uma entrevista à Globonews, em outubro de 1998, a professora Camille Paglia gastou boa parte de seu discurso com rasgados elogios ao intelectual que considera seu mentor, o crítico Harold Bloom. Mas no meio de tantas homenagens a seu mestre, sobrou tempo para um pequeno ato falho, uma crítica a Bloom. Dizia Camille: “ele nem considera a existência da TV. Não se trata apenas de não ter interesse em estudá-la. Não, ele simplesmente a ignora. Para Harold, a televisão não existe.”

A resistência de Bloom não é gratuita. Carrega um conservadorismo atroz, que tem origem em um compromisso com uma dominante cultural muito distante das discussões atuais. Provavelmente o mesmo compromisso das citações de Eliot e Capote, apresentadas no começo deste artigo.

Preconceito, permanência, conservação. Palavras inseridas em um mesmo campo semântico, onde certamente também foi cunhado o termo “indústria cultural”. Quando os frankfurtianos Adorno e Horkheimer assim batizaram as novas manifestações artísticas do começo do século, o sentido pejorativo ficou mais do que evidente. As previsões eram de que a cultura se transformaria em uma gigantesca fábrica de salsichas, cujo único compromisso seria com a produção e o consumo, sem levar em conta a santificada “qualidade artística”.

“Sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica, e seu esqueleto, a ossatura conceitual fabricada por aquele, começa a se delinear. (...) a técnica da indústria cultural levou apenas

à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social. ¹”

Dentro deste raciocínio, a Escola de Frankfurt despejou seus conceitos apocalípticos contra o cinema e a música popular. Walter Benjamim e Adorno criticaram a ação picotada pelas mesas de corte da montagem cinematográfica, que seria a “assassina” da “verdadeira arte dramática”, e consideraram o jazz uma “regressão auditiva”. Claro que as críticas vinham inseridas em um contexto de revolução tecnológica que, na época, era simbolizada pelo fonógrafo e pelo cinematógrafo, invenções que possibilitavam a ampla reprodução das obras. Mas imagine como seriam estas críticas na era da televisão e da internet.

Devemos estar atentos. Não se trata de defender incondicionalmente a cultura de massas, mas apenas de entender que a distinção entre alta e baixa cultura é uma página virada, que não deixa lugar nem para apocalípticos, nem para integrados.² No próprio livro *Apocalípticos e Integrados*, Umberto Eco relaciona as diversas “peças de acusação” e também as de “defesa” para em seguida fazer uma reflexão sobre o tema. Em nenhum momento, Eco toma partido de apocalípticos ou integrados, mas oferece uma análise livre de preconceitos, que, no fim, sugere alternativas para o que chama de uma utilização valorativa dos meios de comunicação de massa. Confrontando as diversas características “pró” e “contra”, Eco afirma ser possível perceber que os níveis culturais são complementares, o que significa que podemos chegar aos biscoitos finos de Oswald de Andrade pela cultura de massas.

¹ Adorno, pág. 114.

² Ideia desenvolvida em minha tese de mestrado: Pena, Felipe. *A volta dos que não foram*. Ed. Sette Letras. R.J. 1998.

Ele chama a atenção para a raiz aristocrática da crítica à cultura de massas, como nostalgia de uma época em que os valores da cultura eram privilégio de uma classe, mas que agora se difundiram junto a massas que não tinham acesso aos bens de cultura. A cultura de massas se desenvolveu diante da crise de um modelo cultural anterior. E, se hoje o excesso de informações sobre o presente pode distorcer o que os conservadores chamam de “consciência histórica”, antes não havia nem isso para a maioria, o que impossibilitava sua inserção na sociedade. A tão criticada homogeneização dos gostos também pode ter servido para eliminar algumas diferenças de castas, ao mesmo tempo que permitiu uma produção cultural que barateasse os custos. Enfim, diante de “prós” e “contras”, Umberto Eco sugere que a problemática de apologistas e integrados foi mal formulada:

“O erro dos apologistas é afirmar que a multiplicidade dos produtos da indústria seja boa em si, segundo um ideal homeostase do livre mercado, e não deva submeter-se a uma crítica e novas orientações. O erro dos apocalípticos-aristocratas é pensar que a cultura de massas seja radicalmente má, justamente porque é um fato industrial, e que hoje se possa dar cultura subtraída ao condicionamento industrial.” ³

³ Eco, pág. 49

Para Eco não se deve perguntar se a cultura de massas é boa ou ruim, mas como se pode veicular valores culturais em seus meios de difusão. Estes valores seriam definidos e veiculados por uma comunidade de cultura, formada por intérpretes das sociedades em que vivem, constituindo-se em grupos de pressão sobre o mercado. Esta seria uma relação texto permanece atual, embora, hoje, não haja mais espaço para a divisão entre apocalípticos e integrados, já que a paisagem tecnológica se sobrepõe ao real, praticamente nos obrigando a refletir em cima dela. A sociedade já está impreg-

nada pela estetização (até mesmo virtual), pela culturalização da realidade. As superfícies já se transformaram em interfaces de um universo tecnocultural. E os limites se converteram em passagens.

Neste sentido, não considerar os produtos televisivos como manifestação cultural, mais do que um anacronismo, parece uma cegueira intelectual. Partindo deste princípio, o ponto em questão passa a ser o preceito epistemológico da pesquisa. Devemos investigar como a estetização se manifesta neste veículo, sob a perspectiva da dominante cultural pós-moderna, e, ainda mais importante, evitar que falsos moralistas e conservadores assumam o papel de árbitros sobre valores e formas a serem veiculados na TV.

No caso de uma TV Universitária o cuidado deve ser redobrado. A tendência de estabelecer uma nova divisão entre alta e baixa cultura no que é veiculado em sua programação pode ser incentivada por uma suposta sacralização do termo “universitário”, vinculando-o a uma ideia anacrônica de iluminação. Para evitar este desliz, talvez seja viável propor uma vocação pluralista para o veículo, uma nova sensibilidade, que, conforme descreve Susan Sontag, seja “voltada ao mesmo tempo para uma torturante seriedade e para o divertimento, a ironia e a nostalgia.”⁴ Um direcionamento para o “inclusive” e não para o “exclusive”.

4 Sontag, *pág.* 350

Uma atitude de nova sensibilidade não estaria apenas juntando os cacos da ruptura entre cultura artística e científica, produzida com o advento da Revolução Industrial. Mais do que derrubar o falso pressuposto de que a arte não teria função em uma sociedade industrial, a nova sensibilidade a coloca como um tipo de instrumento para simultânea análise e ampliação dos sentidos, onde o mundo da não arte também é incorporado pela arte. Além disso, Sontag propõe uma nova atitude para com o prazer, que supere o “aparente anti-hedonismo da arte contemporânea”.⁵

A sensibilidade se aproxima da noção de gosto ou “camp”, conforme a análise de Sontag. O camp costuma ser ignorado ou diminuído em interpretações que se auto-proclamam científicas, o que é um pressuposto equivocado, pois elas ignoram que o gosto, quando circunscrito a uma lógica e enquadrado por um sistema, solidifica-se numa ideia. O camp interage em movimentos de duplo sentido, dupla interpretação, “com um significado espirituoso para entendidos e outro, mais impessoal, para leigos.”⁶ O camp rejeita a seriedade tradicional, mas, ao mesmo tempo, se propõe sério, embora não o seja totalmente.

5 Sontag, *pág.* 349

6 Sontag, *pág.* 325

“A questão fundamental do Camp é destronar o sério. O camp é jocosos, antissério. Mais precisamente, o camp envolve uma nova e mais complexa relação com o ‘sério’. Pode-se ser sério a respeito do frívolo, e frívolo a respeito do sério.”⁷

7 Sontag, *pág.* 332

Para Sontag, o camp funciona com um solvente da moralidade. Suas experiências baseiam-se na grande descoberta de que a sensibilidade da cultura erudita não detém o a digestão.” Em uma TV Universitária, que se propõe séria, mas, ao mesmo tempo, é direcionada para um público jovem, o ideal camp encaixa-se perfeitamente. Para discutir os mais variados e pesados assuntos, sem perder o seu público, é preciso reduzir a esfera da banalidade e trabalhar com a superfície no âmbito da profundidade, conduzindo o espectador à simbiose entre a seriedade e a jocosidade, o prazer e a obrigação, o apolíneo e o dionísio (para ser um pouco nostálgico). Em outras palavras, ao fazer esta digressão estética estamos propondo uma democratização do veículo e defendendo a pluralidade. Criadas a partir do inciso I do artigo 23 da lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, que dispõe sobre o serviço de TV a cabo, as tevês universitárias são o lugar ideal para a experimentação. O lugar ideal para uma rediscussão ética e estética do veículo, que, em última análise, possibilite uma participação democrática da sociedade e promova a cidadania.

Entretanto, a promoção da cidadania depende fundamentalmente da discussão estética que apresentamos, para que haja participação plural e democrática no veículo. É preciso que os estatutos das diversas tevês universitárias do país contemplem mecanismos que garantam a pluralidade, já que a própria lei é falha neste aspecto ao não considerar os centros universitários e as faculdades isoladas como constituintes dos canais universitários. Por esse motivo, o deputado Aldo Rebelo (PC do B) apresentou, em 2000, o projeto de lei 2.973, que visa incluir todas as instituições de ensino superior nas sociedades televisivas.

No Rio de Janeiro, a TV Universitária antecipou-se ao projeto e desde a sua fundação, em agosto de 1999, mantém entre seus sócios universidades, centros ano passado, há três conselhos responsáveis pela gestão do canal: diretor, programação e fiscal. Nos dois primeiros estão todos os 13 sócios que participam da TV, com direito a voz e voto. Esse mecanismo permite que todos participem das discussões ético-estéticas e definam que tipo de programação é mais apropriada para promover a educação e a cidadania.

A autonomia das instituições também é um pilar fundamental da estrutura. Ape-

sar de reunidas nos conselhos, cada instituição tem total responsabilidade sobre suas produções. Mas isso não significa que o canal funciona apenas como um mero veiculador ou loteador de horários. A direção executiva, após conversas com o conselho de programação, criou faixas temáticas bem definidas na grade, o que, junto com as vinhetas e spots únicos, garante a identidade do veículo. No inciso I do artigo 3º do estatuto da UTV, está registrado que o canal deve veicular programas de natureza artística, informativa, cultural, esportiva e recreativa. As faixas temáticas na grade de programação também viabilizam esta pluralidade.

Outra grande vantagem da autonomia é a contemplação da diversidade. Cada instituição de ensino tem uma leitura própria sobre os meios mais adequados para a promoção da cidadania, o que possibilita a difusão de diversas visões sobre o tema. A diretora executiva do canal, professora Gabriela Dias⁸, chama a atenção para este fato citando os exemplos das Universidades Estácio de Sá e Cândido Mendes, que espalharam spots de 1 minuto pela programação abordando temas como o abuso sexual infantil, a violência contra a mulher e a interpretação da constituição brasileira. Estas duas universidades ainda veiculam programas semanais que levam para a sociedade discussões sobre profissões e difusão da tecnologia. Em suma, conhecimento, crítica e reflexão são os aspectos que Gabriela considera fundamentais para a formação do cidadão:

“A relação transformadora entre a universidade e a sociedade dependem da natureza do conhecimento que se produz e como é disponibilizado e democratizado. Nesse sentido, podemos situar o canal universitário como meio difusor desse conhecimento. Podemos afirmar, portanto, que, reconhecendo a necessidade da universidade em se mostrar, em se desvelar e provocar o crescimento cognitivo e cultural, a reflexão, o pensar crítico, o canal universitário, no sentido amplo da sua atividade, é instrumento amplo de sua cidadania.”⁹

Sem eliminar a possibilidade ler toda a programação da TV Universitária do Rio como veículo de formação do cidadão, Gabriela Dias cita ainda mais cinco programas para exemplificar a abordagem plural do tema: “Revista do Campus (PUC-Rio), Zoação (UVA), Argumento (UERJ), Unidiversidade (Fiocruz) e Diálogos na UniverCidade.”¹⁰

Cada um dos programas tem seu próprio estilo e linguagem. “Zoação”, por exemplo, segue a linha de aproximação entre seriedade e jocosidade que defendemos, apresentando dois jovens estu-

dantes entrevistando personagens pela rua. Já o programa “Argumento” opta pelo formato de debate em estúdio. Entretanto, todos discutem com competência temas ligados à cidadania, como discriminação racial e social, trabalho voluntário, violência urbana e saúde pública, só para citar alguns exemplos recentes.

8 Dias, pág. 1

9 Idem

10 Dias, págs. 2 e 3.

A defesa da pluralidade é fundamental para a disseminação das discussões sobre a cidadania na TV universitária. E uma linguagem que se aproxime das expectativas do público do canal materializa essa pluralidade. Acreditamos que essa proposta pode melhorar a eficácia da mensagem, ou seja, ajudar a incrementar as próprias discussões sobre a formação do cidadão.

Há uma crença anacrônica de que as tevês universitárias devem dar preferência a programas que reúnam “donos” de discursos totalizantes, considerados verdades absolutas. Cientistas apresentando fatos como árbitros da verdade, ignorando os conceitos de indeterminação, complementaridade e tolerância às ambigüidades. Ou, então, historiadores mostrando documentos como expressão do real, sem submetê-los à análise das condições em que foram produzidos. O que se quer são autores com suprema e incontestável autoridade. Metanarrativas de legitimação. Desejos de representar o mundo. Anacronismos epistemológicos reproduzidos em debates repetitivos, onde o que muda é apenas o cenário do estúdio e o posicionamento das câmeras.

É grande o risco de as produções das tevês universitárias refletirem o próprio conservadorismo de grande parte da academia. Um conservadorismo que não é privilégio de nossa época e, muito menos, de nosso país. Basta lembrar o texto *Cross the border – close the gap: Post-Modernism*, de Leslie Fiedler, publicado na revista *Playboy*, em 1969, depois de ser rejeitado por várias revistas científicas, devido a seu conteúdo desbravador, que mexia com os pilares aca-

dêmicos da conservação. Este foi um dos primeiros textos a identificar características próprias da pós-modernidade na literatura, concluindo que o romance moderno estava morto, uma vez que a crítica se sobrepôs ao próprio romance, criando espaços intocáveis de adoração a certos autores.

Localizando a disseminação dos meios de comunicação e a revolução tecnológica como os cenários da passagem da literatura de meio necessário ou primário de comunicação para uma forma de entretenimento, Fiedler conclui que a crítica deve ser literatura, utilizando uma obra de arte para fazer outra. Ele identifica a arte popular como subversiva desde o século XVIII, ameaçando todas as hierarquias, pois é hostil à própria ordem. Fiedler analisa gêneros literários associados à cultura de massas, como pornografia, ficção científica e faroeste, para concluir que a função do romance atual é fechar a lacuna entre a cultura de elite e a cultura de massas, atravessando a fronteira entre “o maravilhoso e o provável, o real e o mítico, o mundo do quarto íntimo e o escritório comercial”¹¹.

11 Fiedler, pág. 32

12 Leiroz, pág. 138

E é justamente o movimento de fechamento que provoca tanta resistência, pois há consequências políticas e estéticas para a sociedade que o promove. Como conclui Flávia Leiroz, em sua tese de mestrado, “um ato que fecha uma classe, fecha também a lacuna de uma geração.”¹²

Talvez esteja aí a justificativa para tanto conservadorismo. Embora a própria sensibilidade do pós-modernismo inclua a conservação cultural como tema estético e político fundamental, o que acontece porque este modelo não precisa da negação absoluta de tendências anteriores para se estabelecer como algo radicalmente novo. Como explica Andreas Huyssen, esta atitude significaria “reviver os preconceitos filisteus enfrentados pelo modernismo na sua própria época.”¹³

A TV Universitária talvez seja um excelente ringue para que a comunidade

(universitária ou não) brigue por suas próprias lacunas, aí incluída a lacuna entre a cultura de elite e a cultura de massas. Um ringue para o próprio exercício da cidadania. Ou talvez tudo isso seja um exagero. Mas a exigência de que os programas de um veículo universitário tenham a “brancura e a limpeza” do rigor acadêmico é, no mínimo, uma atitude de quem ignora o próprio público. O que lembra a reação de Tom Wolfe contra o patrulhamento dos arquitetos modernistas em relação ao impulso dos clientes, descrita no livro *From Bauhaus to Our House*, na citação de Linda Hutcheon:

“Não se permite que o cliente faça alterações, recomendações especiais, ou que levante a voz. Nós é que sabemos. (...) Os clientes ainda eram considerados como ‘burgueses’ que deveriam ser desprezados e, se possível, desconcertados pelas teorias esotéricas elitistas da inteligência arquitetônica.”¹⁴

Quando os “programadores” da TV Universitária pensarem nos “programas puros”, difundidos por homens iluminados, devem estar preparados para a inevitável contestação. Seja no campo estético ou político, uma voz marginalizada se levanta e “envolve a platéia numa atividade hermenêutica de participação”¹⁵. Os discursos já não são autônomos e a ação comunicativa já não se faz por transferência, e sim por ressonância. A cidadania está no plural, na diversidade.

Quando pensarem em programas de elite diferenciados de programas de massa, em um movimento de manutenção das lacunas, não é só o bonde da revolução epistemológica que estão perdendo. Na verdade, estão reinventando a fábrica de salsichas das previsões de Frankfurt, para que, desta vez, elas sejam consumidas entre seus pares. Só que o prazo de validade do produto já está vencido.

13 Huyssen, pág. 25

14 Hutcheon, pág. 88

Publicado originalmente no livro “Televisão e Sociedade”, Felipe Pena, ed. 7 Letras, 2002.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. S.P. Zahar. 1996
- DIAS, Gabriela. *Canal Universitário X Cidadania*. R.J. mimeo. 2002
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. S.P. Perspectiva. 1970
- FIEDLER, Leslie. “Cross the border –close the gap: Postmodernism” in: PUTZ, Manfred e FREESE, Peter (eds). *Postmodernism in american literature*. Darmstadt, Thesen: 1984.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural na esfera pública*. R.J. Tempo Brasileiro. 1984
- HASSAN, Ihab. Fazer sentido: as atribuições do discurso pós-moderno. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Nº 24, 1988.
- HUYSEN, Andreas. “Mapeando o pós-moderno” In: HOLANDA, Heloísa Buarque de. *Pós-modernismo e política*. R.J. Rocco. 1991.
- HUTCHEON, Linda. *A poética do pós-modernismo*. R.J. imago. 1991.
- LEIROZ, Flávia. *Do texto ao sistema literário*. Tese de Mestrado. Mimeo. DP de Letras da PUC-Rio. 1996. 15 Hutcheon, pág. 58.
- PENA, Felipe. *A volta dos que não foram*. R.J. Sette Letras. 1998.
- SONTAG, Susan. “Notas sobre camp” e “uma cultura e a nova sensibilidade” In: *Contra a interpretação*.

TVs universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira

Autora: Donesca Calligaro

Titulação: Mestre em Comunicação Social

Contato: donesca@feevale.br

Universidade Feevale

Resumo: No Brasil, a popularização das TVs universitárias aconteceu a partir de 1995, com a implantação da Lei do Cabo. O rápido crescimento do número de emissoras mostrou o interesse das instituições de ensino superior nesta nova modalidade de fazer TV. No entanto, questões fundamentais foram deixadas de lado. Mesmo sem uma definição precisa sobre qual é, de fato, o conceito e os objetivos dos canais, a programação está no ar. Neste artigo, pretendemos discutir o que consideramos o tripé das emissoras universitárias: conceito, programação e manutenção financeira.

Palavras-chave: TV universitária, conceito, programação, manutenção financeira

A criação dos chamados “canais básicos de utilização gratuita”, onde estão previstos espaços de veiculação televisiva para as universidades e instituições de ensino superior, assim como para organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores, Assembléias Legislativas dos Estados, Câmara dos Deputados e Senado Federal, consta na lei federal nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, conhecida como a Lei do Cabo. Foi a partir deste momento que as universidades começaram a se familiarizar com a ideia de ter um canal que facilitasse o acesso direto com seus alunos, professores, funcionários e comunidade em geral.

1 Radialista, formada pela Universidade de Passo Fundo – UPF. Mestranda pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS. Professora da Universidade de Passo Fundo/ RS.

A possibilidade de utilização do espaço é muito recente: completou dez anos em 2005. Ainda há muitas dúvidas quanto à definição do que é e do que faz uma emissora universitária. Sabe-se que são empreendimentos privados, mas os conteúdos são (ou deveriam ser) uma alternativa aos veiculados pelas TVs comerciais. A constatação pode ser consequência da falta de uma regulamentação para estas emissoras. Não há uma lei que diga como o canal deve ser estruturado. Talvez seja por isso que existe uma diversidade tão grande no uso dos espaços. Algumas instituições os utilizam como laboratórios experimentais para os cursos de comunicação social. Outras “vendem” produtos e programas. Mas há as que mostram comprometimento com o que deveria ser uma regra nos canais universitários: divulgar a ciência produzida nas instituições, através de uma linguagem televisiva apropriada, a fim de aproximar universidade e sociedade.

De fato, o que se sabe é que as universidades ainda estão descobrindo como podem fazer uso desse benefício da lei. Se, durante muitos anos, criticou-se o veí-

culo televisão dentro da academia, o dilema agora é descobrir como tornar visível a pesquisa produzida dentro das instituições de ensino superior. O lado positivo, parece-nos, é que as emissoras estão “experimentando”. Segundo a Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), existem no Brasil 56 canais universitários, em todas as tecnologias de TV disponíveis, que são operados ou ligados a IES.

O número bastante expressivo de canais nos desafiou a buscar informações que possam dar conta desse “jovem objeto”². Pela revisão bibliográfica constatamos que pouco se pesquisou e se registrou sobre o tema até agora. No entanto, no material encontrado, verificamos que existem preocupações que são comuns entre os pesquisadores. Conforme os autores utilizados neste trabalho, as TVs universitárias, na sua maioria, ainda não possuem uma identidade definida. Como consequência, não sabem como organizar suas grades de programação, nem quais conteúdos veicular. A manutenção financeira dos canais também preocupa, já que atualmente só os apoios culturais são permitidos por lei. Partindo de um breve histórico do surgimento das TVs universitárias no Brasil, discutiremos as questões citadas, pois as consideramos fundamentais para o entendimento e o crescimento da modalidade no país.

2 Este artigo integra a pesquisa sobre TVs Universitárias, desenvolvida junto ao nosso projeto de mestrado, em curso, pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUCRS.

1. Percurso histórico das TV Universitárias no Brasil

A televisão universitária é recente no Brasil. Priolli (2003) lembra que a modalidade “é fruto do processo de segmentação da TV brasileira, que começou em 1991, com a introdução da tecnologia do cabo”. Quatro anos mais tarde, a criação dos chamados “canais básicos de utilização gratuita” permitiu a utilização de

espaços de veiculação televisiva para as universidades e instituições de ensino superior, organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores, Assembléias Legislativas dos Estados, Câmara dos Deputados e Senado Federal, pela lei federal nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995. A Lei do Cabo, como ficou conhecida, foi a responsável pela expansão do segmento. Apenas alguns meses depois que a lei foi sancionada, segundo Priolli (2003), duas universidades iniciaram a utilização do canal na TV a cabo: a Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e a Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul.

Nas capitais e centros universitários importantes, as IES começaram a se articular, encontraram formas de compartilhamento do canal e foram lançando novas estações em São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Rio de Janeiro, Campo Grande, Vitória, Bauru. Em outras cidades, instituições assumiram sozinhas o desafio de manter um canal universitário: UFSC, em Florianópolis; FGF, em Fortaleza; UFF, em Niterói; UCS, em Caxias do Sul; FURB, em Blumenau; UNIMEP, em Piracicaba; UPF, em Passo Fundo; UNISC, em Santa Cruz do Sul (PRIOLLI, 2003).

Visando atingir um público maior, instituições de ensino superior passaram a disputar também concessões de emissoras educativas abertas. Assim, ainda segundo Priolli, surgiram canais em Santos, Alfenas e Coronel Fabriciano. O espaço da internet também foi ocupado: “A Universidade do Vale do Rio dos Sinos, de São Leopoldo, foi a primeira IES a transmitir a sua programação pela rede, usando a tecnologia de streaming”. A televisão comercial também não foi deixada de lado. A PUC do Paraná “tornou-se fornecedora de programação cultural para a Rede Vida, o principal braço televisivo

da Igreja Católica no Brasil. Embora religiosa, a emissora opera com publicidade comercial, nos moldes normais da televisão privada”.

Priolli (2006) acredita que o crescente interesse das universidades em fazer televisão revela que, aos poucos, as instituições estão deixando os preconceitos contra o veículo para trás. Magalhães (2006) lembra que, no início, os laboratórios de comunicação audiovisual dos cursos de graduação foram utilizados como suporte técnico, mas a expansão do segmento televisivo universitário no Brasil foi rápida. A partir de 1995, quando a Lei do Cabo acabou popularizando essa nova forma de fazer televisão, “34 canais surgiram no país, em diversas operadoras de TV a cabo [...]. Somando-se a eles as emissoras educativas tradicionais, de sinal aberto, que são controladas por IES, o número de canais em operação sobe para 49” (PRIOLLI, 2006).

O surgimento dos canais universitários, no entanto, desencadeou uma série de discussões que tentam definir com mais rigor pontos considerados essenciais.

Pesquisadores acreditam que a busca por uma conceituação que dê conta de mostrar um caminho sobre questões fundamentais como saber dizer qual é, de fato, o papel das televisões universitárias ajudaria também a construir grades de programação adequadas aos objetivos das emissoras. São esses apontamentos, ainda iniciais e um tanto superficiais, que apresentamos a seguir. Além disso, também abordaremos outros dois itens que estão muito ligados aos canais universitários: a manutenção financeira e a definição da programação.

1.1 TV Universitária: a busca pelo conceito

A velocidade que fez com que as TVs universitárias se multiplicassem talvez tenha sido um dos fatores responsáveis pela falta de reflexão sobre qual é, de fato, o objetivo de uma modalidade como esta. Não há um conceito que defina o que é uma televisão universitária. Priolli explica que não é apenas uma questão de rigor metodológico, mas, sim, uma etapa fundamental que deveria nortear a constituição da estrutura que rege os canais, porque essa “é uma condição essencial para orientar a programação que ela deve perseguir e, em decorrência, a estrutura que deve assumir, a ambição que deve ter, e as articulações que deve buscar com os mercados da comunicação, da educação e da cultura” (2006). O resultado é que poucos canais têm clareza sobre a natureza e a finalidade do que oferecem ao público.

Apesar da novidade que ainda é pensar e fazer TV universitária, alguns pesquisadores brasileiros tomaram a iniciativa de refletir, discutir e conceituar essa

modalidade nos últimos anos. Porcello (2002), numa das poucas publicações que trata sobre o assunto no país, diz que as TVs universitárias são “uma modalidade nova de TV Pública, ou quase-pública (...) já que o empreendimento é privado, mas o conteúdo editorial aproxima-se das TVs não comerciais” (pág. 8-9). Já a Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), entidade criada em 2000, que reúne instituições de ensino superior e pesquisa com atividades regulares de produção de televisão, de caráter educativo-cultural, considera em seu estatuto que “uma televisão universitária é aquela produzida por instituições de Ensino Superior (IES) e transmitida por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, internet, etc.) voltadas estritamente à promoção da educação, cultura e cidadania” (MAGALHÃES, 2002). Ramalho (2006) lembra que, por se tratar de uma emissora mantida pela própria IES, o canal deve observar, em última análise, que se trata de uma “extensão do ensino superior, ao possibilitar o acesso democrático à informação do que se produz na instituição”.

Já Priolli (2003), para justificar a conceituação que emprega, diz que a maioria das pessoas tem uma visão equivocada sobre o papel das TVs universitárias. A primeira delas é a de que o canal universitário é um espaço laboratorial. Essa concepção, segundo o autor, gera a ideia de que essa seria uma “televisão necessariamente imatura, tecnicamente limitada”. Outra visão identifica os canais universitários como sendo “uma televisão para estudantes, [...] com a programação voltada ao seu deleite e informação, sendo indiferente, ou irrelevante, se tal programação é produzida diretamente pelo alunado de comunicação, ou se é feita por profissionais já tarimbados”. Neste modelo, segundo o autor, estão quase todas as emissoras universitárias estrangeiras, como a CTN- College Television Network e a CSTV- College Sports Television, norte-americanas; a Nexus TV e a Campus Televisión, inglesas, ou suas similares francesas, escocesas, alemãs e suecas. A terceira visão identificada por Priolli (2003) vê a universidade como uma instituição formada por, pelo menos, três segmentos distintos: estudantes, professores e funcionários. No entanto, por originar-se da mesma universidade, essa emissora teria “uma missão estritamente educativa, devendo se ater aos conteúdos formadores e informativos, sem desperdiçar tempo e recursos com o entretenimento”.

O autor acredita que as três concepções reduzem e empobrecem o significado da televisão universitária, visto que os canais podem atingir outros públicos além do que é formado pelo universo es-

tudantil. Dessa forma, televisão universitária, para Priolli, é

“Aquele que é produzida no âmbito das IES ou por sua orientação, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão, independente da natureza de sua propriedade. Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc. (2006).”

Considerando as nuances das conceituações adotadas pelos pesquisadores citados, Magalhães (2006) destaca que, independentemente da linha que a emissora adotar, é fundamental que o conteúdo produzido pela comunidade acadêmica saia do ambiente restrito da sala de aula e dos laboratórios. “A difusão é tão importante quanto a produção”. No entanto, é preciso tomar cuidado com um outro equívoco que ainda é frequente nos canais: a produção de programas e notícias que abordem somente aspectos ligados à administração, a eventos e cursos da própria instituição. Levar cultura, educação e cidadania para o maior número de pessoas - não somente para a comunidade acadêmica - é, ou deveria ser, um dos objetivos principais dos canais universitários.

1.1.1 Problema legal: quem tem direito ao canal?

A lei 8977, conhecida como a Lei do Cabo, de 1995, no seu artigo 23 diz que as operadoras de serviço a cabo devem disponibilizar entre os canais básicos de utilização gratuita “um canal universitário, reservado para uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço”. Diante do texto fica definido que centros universitários, institutos ou faculdades não têm acesso garantido a esses espaços. A relatora da lei, a ex-deputada paulista Irma Passoni, afirma que a sua intenção e a de todos os parlamentares que aprovaram o texto, era designar “instituições de ensino superior” de forma mais abrangente. No entanto, segundo Priolli, o erro semântico vai de encontro ao que diz a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional, de 1996, que estabelece diferenças entre IES e as universidades.

Embora a lei seja bem clara, o que pode ser observado no cenário brasileiro é que as universidades, na maioria dos casos, ignoram a determinação, chamando outras IES para fazerem parte dos canais. Como exemplo podemos citar as emissoras do Rio de Janeiro, Porto Alegre e Belo Horizonte, entre outras. Segundo Priolli, as universidades entendem que, com um número maior de instituições, as despesas de manutenção e programação ficam menores e que “a diversidade de fontes emissoras de conteúdos é do interesse dos telespectadores, por ser mais democrática que uma postura restritiva”. Nas emissoras de São Paulo e Bauru, no entanto, o entendimento é outro. Argumentando que possuem uma produção mais qualificada do que as demais IES, as universidades, na maioria privadas, não permitem que outras instituições participem da programação dos canais. Contudo, para o autor, o argumento mal consegue esconder a principal motivação para essa decisão: a reserva de mercado. “Quanto menos marcas no ar, disputando a escolha de um eventual telespectador-estudante, ou telespectador-consumidor de ensino, melhor para aquelas instituições” (PRIOLLI, 2006).

Para finalizar, o autor lembra que no decreto lei nº 236, de 1967, que regula e normatiza o funcionamento da televisão educativa aberta, também há referências a “universidades brasileiras”, entre as instituições que poderão executar este serviço (artigo 14). Contudo, concessões de canais educativos são liberadas a centros universitários sem causar maiores problemas. É o caso da TV UNIBH-Inconfidentes, mantida pelo Centro Universitário de Belo Horizonte.

1.2 TV Universitária: a busca pela independência financeira

Quando discutimos a manutenção financeira de emissoras universitárias, percebemos duas situações: a primeira refere-se às universidades que veiculam sua programação em canais abertos e, a segunda, às universidades que transmitem via cabo. 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.

No entanto, o que temos observado é que as universidades acabam arcando com as contas. Segundo Priolli (2006), quando se trata de emissoras educativas abertas, o dinheiro vem, efetivamente, de dotações orçamentárias (no caso de instituições públicas) ou com as mensalidades pagas pelos estudantes (no caso das privadas). No caso das emissoras com espaço no cabo, até existem parceiros, mas estes ainda se mostram tímidos e estão “embuídos muito mais de um espírito de benemerência, ou de mecenato cultural, do que da perspectiva de investidoras em mídia, que buscam comunicação fácil e eficaz com o segmento universitário” (PRIOLLI, 2006). O autor acredita que essa má vontade dos anunciantes decorre da pouca profissionalização das TVs universitárias.

Priolli (2006) diz que também existem mecanismos de financiamento público, mas esses não incluem a TV universitária. O dinheiro destinado por entidades que incentivam a ciência, como o CNPq, a Finep ou a Fapesp, até podem autorizar verbas para programas isolados ou séries de televisão, “mas estes têm de estar necessariamente vinculados a um projeto de pesquisa, que é o objeto de fato do financiamento – não o produto audiovisual que dele resulte. Para programas regulares, de veiculação permanente, mesmo que dedicados à divulgação científica, as chances de obter essas verbas são iguais a zero” (PRIOLLI, 2006). Verbas destinadas ao incentivo cultural como as obtidas através de leis federais (Lei Rouanet, Lei do Audiovisual), leis estaduais (Lei Estadual da Cultura do Rio Grande do Sul, mas existem outras para outros estados) e leis municipais (Fumproarte, de Porto Alegre), também constituem alternativas para obtenção de financiamento. Contudo, Priolli (2006) alerta para o fato de que essas leis têm mecanismos inadequados à produção universitária.

Diante das dificuldades expostas, Priolli sugere que haja uma maior profissionalização das TVs universitárias no sentido de obter financiamentos externos, em substituição ao dinheiro empregado pelas IES na manutenção dos canais. E o desafio, para o autor, começa dentro das próprias instituições: “vender publicidade na Televisão Universitária não significa, necessariamente, mercantilização da educação ou abastardamento da sua gloriosa missão formadora da cidadania” (2006). Priolli conclui seu pensamento dizendo que é fundamental que haja uma flexibilização das restrições para que a promoção da educação e da cidadania seja facilitada. Dessa forma, as empresas interessadas em associar a sua marca à responsabilidade social que um canal universitário tem, poderiam render bons resultados para ambos os lados. Nesse sentido, Porcello questiona: “por que não permitir divulgação de livrarias, material escolar, suprimentos para com-

putador ou produtos do gênero?” (2002, pág. 84). Enquanto a lei não muda, alternativas para suprir a demanda das grades de programação estão sendo colocadas em prática. A parceria com televisões educativas e produtores independentes e o intercâmbio de programas entre instituições de ensino superior são algumas sugeridas pelo autor.

1.3 TV Universitária: a busca pela definição do conteúdo e da programação

O caráter público das TVs universitárias, embora muitas vezes pertençam a instituições de direito privado, determina que esses canais tenham como dever pensar na sociedade, no interesse do cidadão. As instituições de nível superior, no Brasil, representam uma das únicas oportunidades de conhecimento, de reflexão. A emissora universitária seria, então, uma porta por onde essas informações poderiam ser difundidas. Segundo Magalhães (2002), por meio da TV Universitária “é possível compartilhar conhecimentos com a sociedade, estabelecer um elo com as suas comunidades, acadêmica e social; é o lugar em comum e não o lugar comum” (pág. 51). O que justifica a existência de canais como os universitários é o fato de eles terem de falar para a sociedade (LIMA, 1998). Não se justificaria um canal falando somente para si nem de si.

Também se admite que as emissoras universitárias devem ser reconhecidas como uma alternativa à programação oferecida pelas emissoras que transmitem sua programação em canais abertos ou mesmo pagos. A multiplicação das propostas dá aos telespectadores a possibilidade de escolherem o que querem ver na TV. Magalhães (2002) define o que já é consenso entre os estudiosos: as TVs educativas e universitárias deveriam ser um contraponto, uma alternativa, um lugar onde a prioridade é a integração. Diante dessas constatações, Priolli (1998) questiona: “e qual o espaço que sobra aí, para a TV Universitária? Qual é o seu foco? O que ela vai oferecer e, basicamente, com quem vai falar?” (pág. 65).

O problema, aqui, continua sendo o conceito sobre qual é o papel das televisões universitárias. “Não há clareza, na maioria das IES, sobre o que é Televisão Universitária e qual a sua missão. Em decorrência, não há uma identificação precisa de seu público-alvo, nem das estratégias de programação que é preciso seguir, para chegar até ele” (PRIOLLI,

2006). Todavia, Priolli acredita que as televisões universitárias não falam e não irão falar para o grande público. Esse mercado pertence, indiscutivelmente, às televisões comerciais, que investem muito em entretenimento. Sabe-se que grande parte dos telespectadores busca, basicamente, entretenimento na TV; apenas num segundo momento, a informa-

ção e a educação.

Dito isso, a conclusão do autor é de que os canais universitários destinam suas mensagens para o mundo universitário e para as pessoas interessadas sobre no que acontece nesse meio. Então, para dar continuidade ao processo de definição da programação é essencial saber também quais são os desejos, as carências desses telespectadores. Hohlfeldt (1998) vê nesse ponto um desafio: “temos que responder tanto à expectativa de o quê dizer quanto ao como dizer” (pág. 89). Para o autor, é fundamental que os programas estejam, verdadeiramente, voltados aos interesses da cidadania. Os conteúdos veiculados devem ser oportunos, úteis, inovadores e criativos. Outro ponto citado como fundamental para Hohlfeldt é a preocupação que essas TVs devem ter com o desenvolvimento de uma linguagem que seja de fácil compreensão, clara e objetiva. Dessa forma, o que estiver sendo comunicado chegará, efetivamente, ao telespectador e permitirá o diálogo entre as emissoras e o público, numa via dupla de troca de informações.

Então, o início da longa trajetória que define uma grade de programação, apontada e apresentada até aqui pelos estudiosos, pode ser sintetizada pela constatação de Hohlfeldt quando diz que, “antes de tudo, conhecer, efetivamente, quem será ou quem queremos que seja o nosso público, conquistá-lo e, depois, mantê-lo, ampliando-o” (1998, pág. 91). Para isso, Priolli sugere que o conteúdo veiculado pelas TVs universitárias seja lúdico, com algum nível de entretenimento. O autor acredita que, dessa forma, a comunicação seria mais efetiva.

1.3.1 O formato dos programas

Tendo como ponto de partida a etapa mencionada, passamos para o próximo passo citado pelos autores como fundamental para a constituição de uma grade de programação: o formato dos programas. É importante considerar que a televisão universitária, assim como os canais educativos e culturais, deve respeitar o ritmo da reflexão. O ritmo fragmentado como os conteúdos são veiculados na TV privada muitas vezes dificulta a compreensão do telespectador. Essas são características de uma programação que privilegia o entretenimento, e deste segmento, como já dito anteriormente, a televisão comercial dá conta.

Magalhães (2002) cita tipos de programas que poderiam ser veiculados nas TVs universitárias, entre os quais também estão aqueles voltados ao entretenimento: institucional, social/ comunitária, acadêmica, documental, entretenimento, educativo, cultural e científica. Apesar das várias opções citadas (que, entre elas, poderiam mesclar-se, formando ainda outros gêneros), mais uma vez percebemos o problema que talvez seja

o que mais permeie todas as etapas que envolvem a produção de programas em televisões universitárias: a manutenção financeira. Se as grades das emissoras forem observadas, será possível notar que há o predomínio de programas que privilegiam a palavra, tais como entrevistas, debates, palestras etc. É evidente que esses gêneros são mais acessíveis financeiramente. Reconhecemos a importância desses formatos, mas acreditamos que existem formas inovadoras de pensá-los. É fundamental admitir que nem sempre as pessoas responsáveis pela produção e execução dos programas preocupam-se em buscar novidades no quesito “linguagem televisiva”. A seleção de entrevistados e de temas pertinentes, úteis, aliados a movimentos de câmera diferenciados, boa iluminação, emprego de trilhas sonoras adequadas, prova que a criatividade é possível e com o emprego dos recursos que já existem nas emissoras.

Nessa proposta, se enquadram todos os gêneros da televisão: informação, educação e, por que não, entretenimento. No gênero ficcional, no qual estão as novelas, comédias, dramatizações, por exemplo, o mais importante é que a história seja bem narrada. Mazzioti (2002) diz que se deveria evitar, no momento da criação, ter como alvo tópicos que tenham intenção educativa, cívica ou de tomada de consciência. A sugestão da autora é que partindo do reconhecimento do potencial da novela, suscitarem-se elementos que conduzam à interrogação ou à curiosidade sobre determinada problemática. E conclui: “A melhor maneira de conscientizar é contar bem uma história” (pág. 220).

Outro exemplo citado por Mazzioti refere-se ao talk show. O gênero pode exercer o papel de fórum. Ousar, propondo, através dessa modalidade, a presença de pessoas comuns, não de celebridades, que dialoguem com um apresentador e um árbitro ou conselheiro, o que pode atender à sede de relatos que o público tem. Mazzioti acredita que o acesso de pessoas anônimas à televisão dá-lhes o papel de protagonistas das suas próprias histórias. Esse tipo de programa, onde existe o respeito às diferenças, gera nas “pessoas comuns” um sentimento de confiança, o que facilita que elas contem as suas histórias. O processo leva a que estes telespectadores acreditem que os seus relatos interessam à comunidade.

Já, no gênero informativo, Porcello (2002) dá pistas de como adaptar a linguagem acadêmica à linguagem televisiva. O autor utiliza como exemplo a divulgação dos resultados de teses de doutorado. A apresentação dessa pesquisa numa banca jamais seria um bom programa de TV, mas a aplicação dos resultados na prática, certamente, renderia uma matéria interessante. A proposta do autor justifica-se quando reconhecemos que o ritmo da televisão comercial não

é o mesmo da universidade. A produção do conhecimento é muitas vezes considerada lenta pelos canais tradicionais de informação. Além disso, os veículos de massa dedicam pouco espaço a discussões mais aprofundadas. As constatações evidenciam a necessidade de investir nessa forma alternativa de fazer comunicação que são os canais universitários.

E nesse “fazer diferente” devem ser levadas em conta as expectativas do público que vai assistir aos programas na TV universitária. Segundo Magalhães (2002), os telespectadores que consomem esses produtos televisivos não o fazem por impulso ou hábito, como acontece com a programação da TV comercial.

“TV Universitária é como um livro de biblioteca: você só consome depois de escolher e para usar em consonância com o 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 (pág. 53).”

É justamente porque esse produto é considerado peculiar que é fundamental que os responsáveis pelas TV universitárias deixem de ter como ponto de referência a TV comercial. A busca pela perfeição estética encontrada nas TVs privadas ainda é um entrave para os programas das emissoras universitárias, ainda que tenha sido combatida e criticada tão duramente desde a sua criação, em 1950. É natural que todos busquem veicular programas com conteúdo, reflexivos, com boas imagens, formato inovador, bem editados. Contudo, na maioria das vezes, talento e criatividade dependem muito mais de competência e conhecimento para se transformar em programas de qualidade do que da utilização de equipamentos sofisticados. Lima (1998) concorda com os autores citados e diz: “Eu faço é o elogio da inteligência contra a veneração da burrice bem equipada” (pág. 23). Para ele, o único medo é não ter conteúdo.

Cometer equívocos também pode representar crescimento, segundo Antônio Brasil: “Experimentar novas linguagens e pesquisar novas técnicas significa ousar. Até mesmo a possibilidade de errar, mas procurando sempre criar e inovar, é uma função primordial da instituição universitária” (2006). Mostrar informações que o público não tinha, necessariamente, vontade de consumir deveria ser uma das metas mais importantes das TVs universitárias. Priolli (1998) acredita que, “testando” a programação no ar, as comunidades vão se manifestar e será possível saber se está boa ou não, se é adequada à faixa horária e se está cumprindo com os objetivos.

2. Considerações finais

A multiplicação dos canais universitários brasileiros reflete a vontade das instituições de ensino superior de fazer televisão. A iniciativa é válida e importante. No entanto, através da bibliografia consultada para esse artigo, verificou-se que a discussão de questões que envolvam a conceituação das emissoras é fundamental, já que as decisões tomadas nesta etapa servirão como base para a definição da programação e do conteúdo veiculado pelos canais. Ocupar os espaços sem planejamento parece-nos um equívoco. Para quem e porque estamos

fazendo TV universitária? A partir desta resposta, a programação poderia ser organizada, considerando os preceitos éticos, a divulgação da ciência produzida nas universidades e a valorização da cidadania. Investir em uma linguagem experimental e inovadora, que fuja do que já é veiculado nas emissoras atuais, educativas ou comerciais, também constitui um importante diferencial na programação dos canais universitários.

Relevante também é pensar em formas alternativas de garantir a manutenção dos canais. Impossibilitadas pela lei de veicular publicidade comercial, as TVs univer-

sitárias estão buscando incrementar seus orçamentos através de apoios culturais. Contudo, percebemos que quem acaba pagando a conta não são as empresas “apoiadoras” e sim as universidades. Trabalhar na profissionalização dos espaços destinados aos apoios culturais foi um dos caminhos apontados nesse artigo como alternativa ao problema.

Para encerrar, acreditamos que as dificuldades que se apresentam em torno dessa “jovem televisão” são bons motivos para que os idealizadores desses canais persistam discutindo e experimentando fazer TV universitária.

REFERÊNCIAS

DE CARLI, Ana Mery; TRENTIM, Ary Nicodemus (Org). A TV da Universidade. 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Caxias do Sul: UCS, 1998.

HOHLFELDT, Antonio. Modos de cooperação e coprodução entre TVs universitárias. In: DE CARLI, Ana Mery; TRENTIN, Ary Nicodemus (Org.). A TV da Universidade. Caxias do Sul: UCS: 1998.

LIMA, Jorge da Cunha. Modelos institucionais de TVs universitárias. In: DE CARLI, Ana Mery e TRENTIM, Ary Nicodemus (Org). A TV da universidade. 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Caxias do Sul: UCS, 1998.

LIMA, Jorge da Cunha. O modelo da TV Cultura de São Paulo. In: CARMONA, Beth; FLORA, Marcus (Org.). O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003.

MAGALHÃES, Cláudio. Manual para uma TV Universitária. Belo Horizonte: Autêntica, 2002. MAZZIOTTI, Nora. Os gêneros na televisão pública. In: RINCÓN, Omar (Org.). Televisão pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: 2002.

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

PRIOLLI, Gabriel. Diretrizes e características de programação: integração com a comunidade. In: DE CARLI, Ana Mery; TRENTIM, Ary Nicodemus (Org). A TV da universidade. 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias. Caxias do Sul: UCS, 1998.

PRIOLLI, Gabriel. A questão de recursos. In: CARMONA, Beth et al. O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade. Rio de Janeiro: TVE Rede Brasil, 2003. RINCÓN, Omar (Org.). Televisão Pública: do consumidor ao cidadão. São Paulo: 2002.

Documentos eletrônicos

BRASIL, Antônio. TVs Universitárias no ar: para que servem? Disponível em: <http://www.observatoriodeimprensa.com.br>. Acesso em: jan. 2006.

MAGALHÃES, Cláudio. TV Universitária: uma televisão diferente. Disponível em: <http://www.abtu.org.br>. Acesso em: jan. 2006.

MATTOS, Sérgio. TV e VC: entrevista com Sérgio Mattos. Disponível em: <http://www.tvufba.br>. Acesso em: jan. 2006.

PRIOLLI, Gabriel. Televisão Universitária: TV educativa em terceiro grau. Disponível em: <http://www.abtu.org.br>. Acesso em: jan. de 2006.

RAMALHO, Alzimar Rodrigues. A TV universitária como instrumento de difusão da cultura regional. Disponível em: <http://www.abtu.org.br>. Acesso em: jan. de 2006.

Site: www.abtu.org.br. Acesso em: jan. 2006.

Perspectivas e Desafios na Consolidação do Campo Público de Televisão no Brasil ¹

Autor: Pedro Henrique Falco Ortiz

Titulação: Doutor em Integração da América Latina

Contato: phortiz@usp.br / phortiz@hotmail.com

Faculdade Casper Líbero - Faculdade Casper Líbero e TV USP

Resumo: Existe Televisão Pública no Brasil? A pergunta pode ser respondida de várias formas, a depender do interlocutor e dos critérios que serão usados para considerar o que é uma TV Pública. Felizmente, não há um modelo definido. Nos Estados Unidos, na Europa, na América Latina há dezenas de modelos de televisões em operação, dentro do que se convencionou chamar de campo público da comunicação. No Brasil, podemos dizer que um sistema de TV Pública está em construção, depois de quase quatro décadas de criação das primeiras televisões educativas-estatais e de sessenta anos da implantação da televisão comercial, privada. Que desafios se colocam para a efetiva implantação de um sistema de televisão pública em nosso país? Com qual modelo de gestão, financiamento, configuração jurídico-institucional e participação da sociedade na programação criaremos e consolidaremos a TV Pública?

Palavras-chave: Comunicação Pública; Televisão Pública; Campo Público da Televisão; Televisão Digital; Políticas Públicas.

Perspectivas e Desafios na Consolidação do Campo Público de Televisão no Brasil Modelos de televisão pública existem em vários países e regiões do planeta. Historicamente, há experiências exemplares que são referenciais a serem naturalmente considerados quando se propõe a discussão sobre a configuração de um novo sistema de TV Pública, o que ocorre atualmente no Brasil.

1 Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do X Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Professor Doutor do Curso de Jornalismo da Faculdade Casper Líbero (SP), e-mail: phortiz@hotmail.com

O I Fórum Nacional de TVs Públicas, construção de refinada engenharia política e convergência inédita reuniu, em grupos de estudos e plenárias, segmentos bastante representativos da sociedade em geral e da produção audiovisual, elaborando importantes diagnósticos e propostas para um sistema público de televisão. Destacados representantes da sociedade civil e do governo aglutinados no chamado campo público da televisão, em 2007, apontaram alguns caminhos possíveis e também colocaram na ordem do dia questões cruciais para o desafio proposto.

Em 2009, a segunda edição do Fórum trouxe à pauta outras importantes discussões para o aperfeiçoamento do que havia sido proposto e criado a partir do I Fórum, revelando também que há ainda um longo caminho a ser percorrido para a consolidação do campo público da televisão e a constituição de um complexo, mas necessário, sistema de TV Pública em nosso país.

O que define uma TV Pública? Para que serve e para que público se destina?

De que maneira pode ser um fator de equilíbrio no campo da comunicação, exercendo na prática sua complementaridade com os sistemas privado e estatal? A TV Pública, no sentido estrito da sua concepção, antenada com os avanços tecnológicos e com as possibilidades de interação e interatividade das mídias digitais, poderia ser um elemento decisivo na democratização das comunicações e participação da cidadania? Todas são questões essenciais a ser respondidas nos próximos anos pela sociedade brasileira, que acaba de sair da sua primeira Conferência Nacional de Comunicação, onde o tema da comunicação pública foi um dos eixos centrais e a TV Pública a ser implantada e aperfeiçoada, um elemento fundamental para a democratização das comunicações.

O “estado da arte” da implantação do sistema de TV Pública no Brasil, a partir da criação da EBC – Empresa Brasil de Comunicação e a TV Brasil, produto inicial da fusão entre a TVE-RJ e a Radiobrás, em 2007, suscita uma série de questões que ainda não foram suficientemente respondidas pela sociedade brasileira, pelos governos e os demais atores sociais do campo da comunicação. Além de propostas e diagnósticos sobre a configuração de um novo modelo de comunicação pública para o país, tema crucial e urgente que perpassou toda a I Conferência Nacional de Comunicação em dezembro de 2009, há várias interrogações no ar, transitando em ondas hertzianas ou megabits. A análise de algumas experiências históricas e a problematização sobre os desafios contemporâneos na criação de um serviço público de televisão, podem ajudar a compreender em sua complexidade as múltiplas variáveis sócio-econômicas, políticas e culturais envolvidas na definição de um modelo de TV Pública.

Entre algumas questões centrais inspira-

doras desse debate complexo, mas muito necessário, sobre a comunicação pública e a configuração e implantação de um sistema de televisão pública, destacaríamos:

- Qual o conceito de serviço público no Brasil, com a separação por vezes tênue ou aparentemente confusa entre o significado de empresa estatal e empresa pública e as variáveis para a constituição de um sistema público de comunicação;

- Para a complementaridade entre os sistemas privado, estatal e público de radiodifusão, à luz da Constituição Federal, qual a importância de marcos regulatórios precisos para definição de um serviço público de televisão e as consequentes políticas públicas de comunicação nessa área;

- Por que é importante um sistema de televisão pública? Para que serve e para quem se destina? Qual o público a ser considerado? Questões que poderiam auxiliar na configuração da estrutura jurídico-institucional e nas formas de gestão e financiamento de uma TV Pública;

- Qual a importância de um sistema público de televisão para o equilíbrio democrático e incremento do papel social da comunicação, com novas formas de participação da sociedade na gestão da empresa pública e na programação de uma TV Pública. Quais experiências históricas e modelos internacionais poderiam fornecer referenciais e parâmetros de comparação;

- Para o necessário diálogo com a TV Digital e suas potencialidades, como a multiprogramação, a interatividade, a convergência digital das mídias, as relações entre televisão e internet, de que maneira as novas tecnologias de comunicação e radiodifusão poderiam contribuir para o aperfeiçoamento de um sistema de TV Pública?

Conceitos e modelos de TV Pública no mundo

Além do Brasil, vários outros países

da América Latina debatem e formulam novos modelos de comunicação pública que envolvem redefinições sobre os sistemas de televisão. Uns, ligados a concepções e configurações jurídico-institucionais que se aproximam mais das TVs Estatais, como vemos na Venezuela, Bolívia e Equador. Outros, que transitam do modelo estatal para o desenvolvimento de TVs Públicas em sentido mais amplo, como o México e a Argentina. Experiências que se aproximam do atual momento brasileiro. E o caso chileno, em que uma clássica TV Estatal foi radicalmente transformada em empresa pública autônoma no processo de redemocratização do país, no começo dos anos 1990.

Como bem lembra Jesús Martín-Barbero, os países latino-americanos precisam “como nunca antes precisaram, da existência clara e operante de uma televisão pública”, mesmo considerando que há dificuldades “na hora de pensar a especificidade do caráter público” (MARTÍN-BARBERO In RINCÓN, 2002). As relações de uma TV que se pretende pública com o governo são o ponto de partida para a definição de um modelo, a começar pelo marco jurídico-institucional, a composição, finalidade e forma de eleição ou condução dos conselhos gestores, o financiamento, os critérios de programação. Todos são aspectos fundamentais que definirão em que medida uma televisão pode ou não ser pública.

“O que define a TV Pública? O que a distingue, legítima e justifica? Para quê e para quem deve servir a televisão pública?”, indaga Teresa Otondo em sua tese de doutorado “Televisão Pública na América Latina: para quê e para quem?”, onde analisa com profundidade os principais modelos de televisão pública na Europa e Estados Unidos e os utiliza como elementos de comparação para o estudo de casos latino-americanos no Chile e no Brasil, especificamente a chilena TV Nacional (TVN) e as brasileiras TV Cultura de São Paulo e TV Brasil (OTONDO, 2008).

Para a pesquisadora e jornalista com longa vivência profissional, de nível nacional e internacional, nas discussões dos últimos vinte anos sobre a comunicação pública no mundo, para verificar a validade e viabilidade dos modelos de TV pública, o estatuto jurídico-institucional das emissoras é a peça-chave. “Nele se inscreve a natureza da organização, suas relações com o governo, sua forma de gestão e financiamento, administração e prestação de contas”, e destaca um dos pontos centrais: a “sempre polêmica e delicada questão da forma de indicação e demissão de seus dirigentes”.

As diferenças de noção de serviço público em cada país também são chaves importantes para se compreender as peculiaridades dos modelos que são adotados para as TVs públicas. A União Europeia iniciou há mais de dez anos, quando

começou a migração para os sistemas de TV digital, estudos detalhados e longos debates para definir qual seria a importância e o lugar da televisão pública com as profundas mudanças que viriam com a digitalização. O Relatório Tongue, de 1996, elaborado pelo Parlamento Europeu, foi “um dos primeiros a arrolar tudo o que se esperava que a televisão pública fosse, tivesse e fizesse”, lembra Otondo.

Na Inglaterra, por exemplo, o governo delegou à BBC (British Broadcasting Company) o importante papel de líder na implantação do sistema de televisão digital no país. Aliás, a BBC é notoriamente um dos modelos mais bem estruturados de empresa pública de comunicação e seu histórico como organização a serviço do interesse público e a própria noção de serviço público para a sociedade britânica estão sempre na pauta do dia, seja na prestação de contas de forma transparente e nos relatórios anuais da empresa, como nos momentos de renovação da sua carta de concessão, que ocorrem a cada dez anos (o novo período iniciou-se em 2006). A sua autonomia de gestão em relação aos governos, a diversidade e qualidade da programação nos vários canais geridos pela empresa são outros elementos que a diferenciam dos modelos de televisões estatais. Mas não a tornam absolutamente imune a pressões políticas ou do mercado e momentos de crise ou de reavaliação da sua relação com o Estado, com o público e a noção de interesse público não deixam de existir. Além da BBC e sua rede de canais analógicos e digitais, o Channel 4 é outra experiência mais recente de emissora ligada ao Estado, mas com independência de gestão administrativa e financeira.

Se na Inglaterra o sistema de televisão pública teve que enfrentar a concorrência da iniciativa privada mais cedo, a partir da criação da ITV em 1955, na França a televisão pública foi monopólio estatal por quase sessenta anos. Apenas em 1986, sob o governo de François Mitterrand, a TF1 foi privatizada e abriu espaço para outros canais comerciais. Os demais canais abrigados sob a empresa France Télévisions continuam estatais e devem renovar a cada cinco anos seu contrato de objetivos e metas. Mas nos anos recentes foram obrigados a disputar recursos no mercado e com isso o papel tradicional da televisão pública e o seu lugar na sociedade francesa tiveram que ser revistos, não sem traumas e rupturas, em um país onde a noção de serviço público está fortemente arraigada há mais de duzentos anos.

Em outros países europeus, há diversos modelos de comunicação e radiodifusão pública, que resultam em diferentes sistemas de TV pública ou estatal, em complementaridade aos sistemas comerciais, que na maioria dos casos são mais recentes. Na Alemanha, a ZDF

é um modelo de televisão estatal federal, ao lado de uma rede de canais estaduais e regionais ligados aos governos locais (ARD). O financiamento do sistema vem de uma taxa cobrada aos cidadãos, semelhante ao que ocorre na Inglaterra, e também da venda de anúncios publicitários com restrições.

Já na Espanha, a corporação de Rádio y Televisión Española (RTVE) atua em âmbito nacional no sistema público de comunicação, mas também existem empresas de radiodifusão regionais, ligadas às comunidades autônomas do país. O braço televisivo da empresa nacional, que tem estatuto estatal é a TVE, que no atual governo socialista presidido pelo primeiro-ministro Zapatero passou por grandes reformas institucionais e jurídicas, para garantir maior autonomia e proteção às ingerências políticas. O oposto acontece na Itália, onde a RAI – Radiotelevisione Italiana, uma empresa mista composta predominantemente por capital estatal, sofre com as pressões e interferências político-empresariais do terceiro governo do primeiro-ministro Berlusconi, também o maior radiodifusor privado do país. Em Portugal, o serviço público de radiodifusão está organizado em torno da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, com financiamento vindo prioritariamente de uma taxa paga pelos cidadãos e fontes estatais. A gestão da empresa é feita por uma assembleia geral de acionistas e um conselho de administração com funções executivas.

Se nos variados modelos europeus de radiodifusão pública em geral há forte presença do Estado na propriedade ou gestão das emissoras, em maior ou menor grau, e algumas TVs disputam financiamento e audiência em concorrência direta com as empresas comerciais, o modelo norte-americano é um pouco diferente. Nos Estados Unidos, a PBS (Public Broadcasting Service) é uma associação sem fins lucrativos que pertence a mais de 350 emissoras de TV locais a ela associadas, constituindo a maior rede de televisões públicas do mundo. Foi criada em 1969, quando a televisão comercial já estava implantada e consolidada há décadas no país e não compete com as redes privadas nacionais. “Mais do que por seu caráter social e educativo, a PBS é uma televisão pública simplesmente porque não tem finalidade lucrativa”, observa a pesquisadora Teresa Otondo. Uma outra organização, a CPB – Corporation for Public Broadcasting, não produz nem distribui programação, mas atua como ente financiador das TVs públicas mediante repasses de recursos oriundos de fundos governamentais em sua maioria. No Canadá, uma grande rede pública formada pela CBC/SRC produz e transmite para todo o país programação televisiva e radiofônica em inglês, francês e para as populações indígenas.

Para efeito de comparação com os

modelos ocidentais, o caso japonês é bem interessante e peculiar dentro do próprio continente asiático. Lá, o sistema público de comunicação é bem forte e está estruturado em torno da NHK – “Nihon Hoso Kyokai”, maior e mais importante rede de rádio e televisão do país, com melhor infraestrutura e líder em audiência, financiada através de uma taxa fixa e não a partir de recursos orçamentários do Estado. Da Oceania, o exemplo a ser considerado certamente é o australiano, onde duas organizações de radiodifusão pública recebem financiamento proveniente de um fundo governamental aprovado pelo Parlamento: a ABC e a SBS, que operam de forma independente. A primeira é maior e mais antiga, com conteúdo em inglês. A segunda fomenta uma política multicultural, transmitindo em diversas línguas.

Nos países latino-americanos também há uma diversidade de modelos no campo da radiodifusão pública, com uma maioria configurada nos moldes de empresas estatais, em muitos casos dependentes ou diretamente vinculadas aos governos, política e financeiramente.

Um caso que merece atenção destacada por seu um modelo que migrou da clássica concepção de televisão estatal nos anos 70 e 80 do século XX para uma televisão pública em permanente construção, com parâmetros bem peculiares, é o da TVN – Televisión Nacional do Chile. A redemocratização do país veio após 17 anos de ditadura militar, com a eleição presidencial no final de 1989 do democrata-cristão Patricio Aylwin, como candidato da “Concertación” de partidos de centro e centro-esquerda que derrotou nas urnas o regime pinocetista. A TVN havia sido criada em 1968, na etapa final do governo democrata-cristão de Eduardo Frei, em caráter experimental, mas passou a funcionar efetivamente a partir de 1970 com a chegada do socialista Salvador Allende ao poder pela via eleitoral, inaugurando o curto período da “Unidad Popular”, interrompido tragicamente pelo golpe militar de 11 de setembro de 1973. Durante o governo Allende a Televisión Nacional atuou como uma TV estatal diretamente ligada ao poder executivo. Já sob a tutela dos militares golpistas, de 1973 a 1989, a televisão funcionou como mais um aparato do Estado militarizado e antidemocrático.

Com o fim da ditadura, o país e suas instituições precisavam ser refundadas, redemocratizadas. E essa missão incluía também a televisão. Segundo Teresa Otondo, a refundação da TVN representou uma mudança radical no modelo de televisão pública usual na América Latina, baseada em três pontos: ruptura com o modelo estatal, gestão democrática da empresa e independência financeira do governo para garantir o cumprimento da missão: “representação democrática e plural na gestão e na programação –

para ser a televisão de todos os chilenos”, de acordo com a pesquisadora.

Até a criação da TVN, a televisão que existia no Chile estava com algumas importantes universidades: O Canal 13 da Pontificia Universidade Católica do Chile e o canal Universidad de Chile Televisión, ambos na capital Santiago e o canal da UCV – Universidad Católica de Valparaíso. Este modelo de televisões educativas-universitárias e uma TV estatal permaneceu até o fim da ditadura, quando o governo militar colocou à venda o Canal 9, emissora cultural da TVN. Só em 1990 a primeira rede de TV privada entrou em operação, a Megavisión. Em 1992, o governo da “Concertación” conseguiu aprovar no Congresso duas leis que modificaram profundamente o sistema de TV no país, reformulando o CNTV – Conselho Nacional de Televisão e transformando radicalmente a configuração jurídico-institucional da TVN, que passou a ter um conselho diretor com representantes de todas as expressões políticas plasmadas no Parlamento, indicado pelo presidente da República e referendado pelo Senado Federal e uma direção executiva com profissionais eleitos pelo conselho, com autonomia de gestão. A televisão se constitui como empresa pública do Estado, que deixa de ser provedor do canal e este passa a buscar no mercado a sua receita financeira, sem deixar de lado sua missão de interesse público, mas gerido como sociedade anônima aberta.

Outros modelos estão presentes nos demais países, refletindo as diferentes concepções sobre a comunicação de interesse público. Na Venezuela, uma forte presença estatal tem moldado a nova configuração do sistema de radiodifusão não comercial. A recente TVes – Televisora Venezolana Social é a corporação mais forte hoje, com vinculação jurídico-institucional direta com o Estado, mas orientada por princípios da comunicação pública. Ela foi criada a partir da não renovação pelo estado venezuelano da concessão (licença pública de radiodifusão) da corporação Rádio Caracas Televisión (RCTV), no final de 2006, medida que gerou intenso debate dentro e fora do país, com manifestações contrárias e favoráveis à decisão governamental. Além da TVes, que se aproxima mais de um modelo de empresa pública de propriedade do Estado, as demais redes de TV não comerciais do país têm caráter estatal, como a VTV (Venezolana de Televisión, a mais antiga), a Vive TV (educativa), a ANTV (Televisora de la Asamblea Nacional, o Parlamento) e a Telesur, rede multiestatal mantida pelos governos da Venezuela, Argentina, Bolívia e Uruguai (MOYSES et alii, 2009).

Na Colômbia, historicamente a radiodifusão teve caráter prioritariamente público, sendo as emissoras comerciais bem recentes. A CNTV – Comisión Nacional

de Televisión atua como principal órgão de gerenciamento, regulamentação e fiscalização do sistema, comercial ou de interesse público. A RTVC (Rádio Televisión Nacional de Colombia) é um organismo estatal que gerencia as rádios e TVs que fazem parte do patrimônio do governo federal e há uma rede de estações regionais de TVs públicas, bem como TVs e rádios comunitárias e canais universitários.

O modelo mexicano de radiodifusão pública combina uma rede de emissoras de Rádios e TVs educativas e culturais, com estações em todos os estados do país, na sua imensa maioria vinculadas jurídico-institucionalmente ou dependentes financeiramente dos governos locais, portanto de caráter mais estatal e sujeitas a pressões ou conveniências políticas de ocasião. Elas se agrupam em uma entidade representativa nacional (La Red), que busca atuar politicamente para garantir um novo estatuto para os meios de comunicação do campo público, menos estatal. Também existem TVs exclusivamente culturais, como os canais 11 e 22, vinculados a órgãos federais do campo da cultura e das artes e uma grande TV Universitária, a TV UNAM, da Universidade Autônoma do México, que distribui seu sinal para todo o país pela rede de televisão por cabo e recentemente iniciou operações experimentais em sinal digital, na Cidade do México.

Na Argentina, a ATC (Argentina Televisora Color) foi criada no início dos anos 70 como uma televisão estatal e durante a última ditadura (1976-1983) serviu aos propósitos de comunicação da junta militar que tomou o poder. São emblemáticas as campanhas ufanistas veiculadas pela TV durante a Copa do Mundo de 1978 e na Guerra das Malvinas, quando jovens soldados sem preparo ou recursos foram enviados para o sacrifício nas Malvinas. Com a redemocratização do país, a televisão passou também por transformações em seu estatuto jurídico-institucional e sua relação com o governo, migrando para um modelo de TV pública de propriedade do Estado, não sem enfrentar oposições e pressões de várias modalidades. Recentemente, vem passando por novas mudanças, em parte propiciadas pela nova legislação de comunicação aprovada pelo Congresso Nacional por iniciativa do governo federal. Outras televisões do campo público que até então tinham sua existência de forma bastante instável poderão ser beneficiadas, como as públicas regionais, as comunitárias e universitárias e novos canais públicos ou estatais deverão surgir nos próximos anos.

A marca comum da televisão pública em muitos países é mesmo a diversidade e no interior de cada Estado convivem modelos mais ou menos estatais, mais ou menos públicos, dependendo das noções de serviço público em voga, do grau de organização e representatividade dos ato-

res sociais, do nível de democracia das sociedades, entre vários outros fatores.

Configuração do campo público da televisão no Brasil

Em artigo publicado no jornal *Folha de S.Paulo* (10/01/2010), os jornalistas Paulo Markun, na época diretor-presidente da Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura e Gabriel Priolli, então coordenador de expansão e rede da mesma instituição, escrevem: “A televisão pública, diga-se com clareza, ainda não existe no Brasil. Emissoras independentes do mercado e dos governos de plantão, mantidas e controladas pela sociedade, são, por enquanto, sonhos, promessas ou, na melhor das hipóteses, projetos em construção” (MARKUN e PRIOLLI, 2010). Os articulistas são certos ao apontar que uma televisão pública com todos os seus predicados e requisitos, seja qual for o modelo adotado, mas que garanta independência de gestão e sustentabilidade de recursos em relação ao Estado, aos governos e ao mercado, ainda é um projeto que está em marcha e que foi proposto e tentado em várias ocasiões ao longo dos últimos quarenta anos.

Voltando um pouco à origem da televisão no país, que completa 60 anos de implantação desde a entrada no ar em setembro de 1950 da PRF-3 TV Tupi, do Grupo dos Diários Associados de Assis Chateaubriand, no Brasil optou-se primeiro pelo modelo norte-americano de televisão privada, mediante concessões do Estado e só uma década depois começou a ganhar corpo a proposta de criação de televisões educativas e culturais, não comerciais. No final dos anos 60, o governo militar procura suprir uma demanda por formação, educação e qualificação da população para o mercado de trabalho em processo de industrialização apostando na televisão como veículo educativo, o que se mostraria depois inviável nos moldes em que havia sido imaginado.

O decreto-lei n.236, de 1967, abre espaço jurídico e institucional para a implantação das televisões educativas, a partir da criação da Fundação Centro Brasileiro de TV Educativa (FCBTVE). Os governos estaduais começam a criar as suas emissoras e a primeira delas surge em 1968 em Pernambuco, em parceria do governo com a Universidade Federal (UFPE), dando origem à TV Universitária de Pernambuco. Em São Paulo, em 1967 o governo do Estado havia adquirido a falida TV Cultura, segunda emissora do grupo de Chateaubriand e em 1969 coloca no ar a TV Cultura de São Paulo.

– Canal 2, emissora gerida pela Fundação Padre Anchieta – Centro Paulista de Rádio e Televisão Educativa, ao lado de duas rádios AM e FM. Em 1975 o governo federal passa a atuar como operador de emissoras ao colocar em funcionamento a TVE do Rio de Janeiro e a lei

6.301 cria a Empresa Brasileira de Radio-difusão – Radiobrás.

Nos anos 80 e 90 há várias tentativas de integração das emissoras educativas e culturais, de propriedade dos governos estaduais ou federais. Em 1999, a ABEPEC – Associação Brasileira de Emissoras Públicas, Educativas e Culturais, que havia sido criada três anos antes, incentivava a formação de uma Rede Pública de TV – RPTV, tendo como líderes as emissoras mais bem estruturadas e com produção regular de maior qualidade, como a paulista TV Cultura, a TVE-RJ, a TVE-RS, a Rede Minas e a TVE-BA.

Com a Lei da TV a Cabo (lei n.8977, de 6/01/1995), é prevista no sistema de televisão a cabo em cada município do país a destinação de espaço nos “line-ups” de canais das operadoras de TV a cabo que operam as concessões para a criação dos chamados “canais básicos de utilização gratuita”, conforme definidos no artigo 23 da lei, ou seja, canal universitário, canal comunitário, canais do poder legislativo e do poder judiciário. A inspiração vem dos canais de acesso público (“public access”) presentes na legislação de TV a cabo nos Estados Unidos e Canadá, mas sem aporte de recursos das operadoras para sua criação e funcionamento. A partir da lei, começam a ser criados os canais universitários e comunitários nas principais capitais e municípios de grande ou médio porte, bem como a TV Câmara, TV Senado e TV Justiça, federais, as TVs das Assembleias Legislativas (estaduais) e de algumas Câmaras Municipais.

Atualmente, todas estas emissoras que conformam o chamado “campo público da televisão” têm uma dimensão nacional e uma importância fundamental na construção do sistema de televisão pública no país. As televisões educativas e culturais estaduais somam 21 geradoras em praticamente todos os estados da federação, além das emissoras educativas de propriedade do governo federal. São mais de 1400 retransmissoras e uma rede potencial com outras 88 geradoras e 218 retransmissoras afiliadas. Recentemente, algumas prefeituras têm recebido concessões de televisões educativas em nível municipal. As TVs universitárias já passam de uma centena e muitas estão agrupadas em quase 50 canais universitários, predominantemente na televisão a cabo, mas alguns em televisão aberta mediante concessões de TV educativa para as universidades. Os canais comunitários somam mais de 80 em todo o país. Ao lado das TVs legislativas em nível federal, estadual e municipal, mais a TV do judiciário.

Vivemos um momento de definições cruciais no campo da comunicação pública no Brasil. Uma articulação inédita de importantes segmentos da sociedade e do governo resultou no I Fórum Nacional de TVs Públicas. Em maio de 2007, Brasília sediou uma semana de plenárias

e discussões finais do Fórum, que havia sido iniciado nove meses antes em 2006, com a constituição de oito grupos temáticos de trabalho, incumbidos da tarefa de realizar um diagnóstico de fôlego do chamado campo público da televisão no Brasil e propor alternativas para a criação de um novo modelo de TV pública. Pelo lado governamental, representantes do Ministério das Comunicações, Ministério da Cultura, Casa Civil, Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Congresso Nacional. Pelas entidades do Campo Público de Televisão, representantes da Associação das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), Associação Brasileira dos Canais Comunitários (ABCCOM) e Associação Brasileira de Televisões e Rádios Legislativas (ASTRAL). Também participaram produtores independentes, entidades da sociedade civil, militantes de organizações comunitárias, não governamentais e representantes do Intertvôzes – Coletivo Brasil de Comunicação Social e do Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC).

Os oito grupos temáticos produziram dois volumes de Cadernos de Debates, um com o “Diagnóstico do Campo Público de Televisão” e outro com os “Relatórios dos Grupos Temáticos de Trabalho” sobre missão e finalidade, configuração jurídica e institucional, legislação e marcos regulatórios, programação e modelos de negócio, tecnologia e infraestrutura, migração digital, financiamento, relações internacionais. São os documentos mais completos já produzidos sobre televisão pública no Brasil, uma contribuição de grande valor para todos que se interessam pelo tema, o estudam e participam da formulação de um novo sistema público de comunicação.

Ao final do Fórum, o Manifesto pela TV Pública Independente e Democrática, também conhecido como “Carta de Brasília”, sintetizou as propostas debatidas e selou o apoio político à criação da EBC/TV Brasil, mesmo não sendo ela o modelo de TV pública desejado ou idealizado por grande parte dos participantes e representantes dos segmentos do campo público de televisão.

Entre considerações e recomendações, o documento afirma que “a TV Pública deve ser independente e autônoma em relação a governos e ao mercado, devendo seu financiamento ter origem em fontes múltiplas, com a participação significativa de orçamentos públicos e de fundos não contingenciáveis”, ressaltando também que “as diretrizes de gestão, programação e a fiscalização dessa programação da TV Pública devem ser atribuição de órgão colegiado deliberativo, representativo da sociedade, no qual o Estado ou o Governo não devem ter maioria”. Do papel para a realidade, a criação da TV Brasil não se pautou inte-

gralmente por essas recomendações, mas é um projeto em construção e que precisa ser aperfeiçoado nas suas modalidades de gestão, de participação da sociedade e elementos jurídico-institucionais e de financiamento que Possam aproximar a EBC e sua principal emissora cada vez mais do conceito e prática das televisões públicas não estatais.

Os segmentos não governamentais e representativos do campo público de televisão, a partir de convocação das quatro entidades (ABEPEC, ABTU, ABCOM e ASTRAL) realizaram em maio de 2009 o II Fórum Nacional de TVs Públicas e procuraram avançar nas articulações políticas e medidas práticas para a construção de um novo modelo de TV pública. Também foi realizada no mês de dezembro a I Conferência Nacional de Comunicação, onde aspectos correlatos e mais amplos sobre a comunicação pública foram longamente debatidos.

A “Carta de Brasília II”, documento final do II Fórum aponta uma série de medidas práticas, legislativas e políticas que precisariam ser implementadas para a constituição formal de um campo público de televisão. Entre elas a regulamentação pelo Congresso Nacional dos artigos 221 a 223 da Constituição Federal, com leis específicas e ordinárias ainda não elaboradas após mais de 20 anos. Por exemplo, a regulamentação do artigo 223 que prevê a existência e complementaridade do sistema de televisão com emissoras privadas, estatais e públicas, sendo que estas últimas ainda não têm arcabouço jurídico, existem na prática mas sem legislação que as defina e regule. Além da necessária regulamentação da televisão pública, todo o campo da comunicação em geral ou das telecomunicações e da televisão em particular necessita urgentemente de novas leis, adaptadas ao presente, com superação da legislação anacrônica ainda em vigor, que data dos anos 60. Além dos temas relativos à regulamentação, o documento final do II Fórum recomenda ações estratégicas nas áreas de financiamento, programação, migração de todos os canais do

campo público para a rede de TV digital aberta, constituição do operador de rede único e multiprogramação, e ainda a criação de um instituto de comunicação pública, para que tais iniciativas possam ser permanentemente aperfeiçoadas.

Transição para a TV digital

Em 2016, segundo o decreto presidencial que criou o Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), as transmissões analógicas de televisão deverão cessar e apenas o sinal digital será transmitido para todo o território nacional. Meta ousada e difícil de ser cumprida em pouco mais de oito anos, desde o início oficial das transmissões de televisão digital no país, em dezembro de 2007 no município de São Paulo. Sobre tudo se levarmos em conta a extensão territorial do Brasil, as grandes disparidades sócioeconômicas da população, os custos de implantação da TV Digital, tanto para as emissoras quanto para o cidadão que receberá o sinal.

Mas, o que a TV Digital tem a ver com as discussões sobre o sistema de TV pública no Brasil?

No momento em que se configura um novo modelo de televisão pública no país, dentro de um contexto maior de discussões e redefinições sobre os serviços de comunicação de interesse público, não podemos deixar de considerar que uma nova TV pública, ou em maior escala, um novo sistema de comunicação pública, não poderia nascer e se desenvolver sem uma relação intrínseca com as novas tecnologias de comunicação e radiodifusão que apontam, com as mídias digitais, para uma convergência antes impensada.

Além da alta definição (HDTV), que permite qualidade de som e imagem nunca antes vistos na TV analógica, a TV Digital tem entre suas potencialidades a possibilidade de fomentar a inclusão social e digital, ampliar o número de produtores e distribuidores de conteúdo audiovisual através da multiprogramação e multiplicidade de canais, propiciar a participação dos telespectadores com

recursos de interatividade, conectar definitivamente televisão e internet, favorecendo o ensino à distância, a governança eletrônica e outras funcionalidades.

O decreto 4.901/2003 definiu as regras básicas do Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTVD), com a opção pelo padrão tecnológico japonês adaptado à realidade do nosso país. Em junho de 2006, o decreto 5.820 reafirmou e detalhou alguns pontos do decreto anterior, mas introduziu uma inovação importante: a criação de quatro canais públicos na TV Digital. Um dos canais deu origem à TV Brasil, a partir da criação da EBC em 2007, resultado da fusão da TVE-RJ e a Radiobrás, duas emissoras ligadas ao governo federal. Os outros três canais públicos serão também organizados e geridos pelo executivo federal, sendo: um canal da Educação, pelo Ministério da Educação (MEC); um canal da Cultura, pelo Ministério da Cultura (MinC); um canal da Cidadania, pelo Ministério das Comunicações (MiniCom). Todos os canais serão gradativamente criados e transmitidos em cada município brasileiro onde o SBTVD vier a ser implantado. Outro dado importante é que esses canais, a princípio, não farão transmissões em alta definição, possibilitando assim a operação de vários subcanais em definição “standard” digital.

Mas muitas e acaloradas discussões já envolvem os chamados canais públicos previstos no SBTVD. Uma delas, com razão, diz respeito ao caráter público de canais criados por decreto presidencial e a serem geridos pelo poder executivo, através de ministérios ou pela EBC – Empresa Brasil de Comunicação, no caso da TV Brasil. Também outro ponto em discussão é a presença das emissoras universitárias e comunitárias nos canais públicos da televisão digital aberta, o que ainda não está plenamente garantido, mas em negociação. O tema, portanto, é bastante atual, pertinente e relevante, mas há muito ainda o que se discutir, formular, estudar e implementar para que possamos avançar na construção de um sistema público de televisão no Brasil.

Publicado originalmente nos anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da INTERCOM, no GP Políticas e Estratégias de Comunicação, em setembro de 2010, em Caxias do Sul – RS

REFERÊNCIAS

- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisão Pública, Televisão Cultural: entre a renovação e a invenção. In “Televisão Pública: do consumidor ao cidadão”. RINCÓN, Omar (org.). ILDEs/FES. São Paulo, 2002.
- OTONDO, Teresa Montero. Televisão Pública na América Latina: para quê e para quem? Tese de Doutorado. PROLAM-USP, São Paulo, 2008.
- MOYSES, Diogo; AZEVEDO, Flávia; VALENTE, Jonas; PEREIRA, Sivaldo. Sistemas públicos de comunicação no mundo - experiências de doze países e o caso brasileiro. Entrevistas - Coletivo Brasil de Comunicação Social, São Paulo, Paulus, 2009.
- MARKUN, Paulo e PRIOLLI, Gabriel. “Nem concorrência nem submissão”. Folha de S.Paulo, Tendências/Debates, págs. A3, São Paulo, 10/01/2010.
- I Fórum Nacional de TVs Públicas – Cadernos de Debates. Diagnóstico do Campo Público da Televisão (vol.1) e Relatórios dos Grupos Temáticos de Trabalhos (vol.2). Ministério da Cultura, Brasília, 2006/2007.
- Manifesto pela TV Pública Independente e Democrática (Carta de Brasília). I Fórum Nacional de TVs Públicas, Brasília, 2007, em: www.abtu.org.br/institucional/documentos (Arquivos relacionados).
- Carta de Brasília II - 2009. II Fórum Nacional de TVs Públicas, Brasília, 2009, em: www.abtu.org.br/institucional/documentos (Arquivos relacionados).

Produção colaborativa e convergência de mídia na TV: uma proposta de inovação e tecnologia social para as TVs universitárias

Autores: Adriano Adoryan*, Cláudio Márcio Magalhães** e José Dias Paschoal Neto***

Titulação: Mestre em Ciência da Comunicação / Doutor em Educação / Mestre em Ciência da Informação

Contato: claudiomagalhaes@uol.com.br / josediaspaschoalneto@yahoo.com.br

Universidade de São Paulo/Centro Universitário UNA

Recebido: 17 jan. 2012 Aprovado: 2 abr. 2012

*Radialista formando na ECA-USP, mestre em Comunicação e Estética do Audiovisual, doutorando da linha de Práticas de Cultura Audiovisual do programa de Meios e Processos Audiovisuais (USP), professor do curso de Rádio e Televisão da Universidade Anhembi-Morumbi. Atualmente é Gerente de Multimeios da EBC, responsável pelo projeto de inovação e co-responsável pela implantação do MAM (Media Asset Management). São Paulo, SP, Brasil. E-mail: adoryan@usp.br.

**Jornalista e professor universitário, mestre em comunicação social e doutor em educação pela UFMG. Docente do Mestrado em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Local do Centro Universitário UNA e membro do grupo de pesquisa 'Desenvolvimento local, políticas públicas e tecnologias sociais'. Pesquisador associado ao Laboratório Mediatec da UNICAMP. E-mail: claudiomagalhaes@uol.com.br.

***Jornalista, doutorando do Departamento de Multimeios, UNICAMP, integrante do Grupo de Pesquisa Cultura audiovisual e mídias. Mestre em Ciência da Informação pela PUC-Campinas pesquisando potenciais de interatividade na TV Digital, Pesquisador associado ao Laboratório Mediatec da UNICAMP. Professor da Universidade Paulista - UNIP, Campinas nas áreas de comunicação, gestão tecnológica e relações internacionais. Campinas, SP, Brasil.

Resumo: Este artigo relata a proposta de desenvolvimento de projetos que visem à produção colaborativa de usuários distribuída por mídias convergentes com o objetivo de investigar o processo de inserção da mídia televisiva e dos recursos de interatividade, advindos da TV Digital, no conceito de usuário gerador de conteúdo, utilizando-se da rede brasileira de televisão universitária como locus de experimentação, assim como verificando suas potencialidades – dos projetos e das TVUs – enquanto inovadoras e detentoras de tecnologia social.

Palavras chave: TV universitária. Interatividade. Tecnologia social.

Collaborative production and media convergence on TV: a proposal of innovation and social technologies for university TVs

Abstract: This article reports a proposal on the development of projects aimed at users collaborative production distributed by convergent media with the purpose of investigating the process of insertion of televised media and of the interactivity resources, derived from Digital TV, within the concept of the content generating user, making use of the Brazilian university television network as a locus of experimentation, as well as verifying the potential – of the projects and of the University TVs – as innovators and holders of social technology.

Key words: University TV; Interactivity; Social Technology.

1 Introdução

No cenário das potencialidades tecnológicas advindas da digitalização das transmissões de TV aberta no Brasil, a interatividade é um recurso que possibilita a quebra de paradigmas como do fluxo da informação linear e a do usuário passivo. Essa potencial nova mídia, que não será a TV que conhecemos hoje e nem é a Internet, precisa ser estudada para maximizar suas aplicações. Presente em 97% dos lares brasileiros (IBGE, 2006), a televisão pode ampliar seu papel enquanto tecnologia social, de principal fonte de informação e entretenimento, para meio de educação, saúde, e inclusão social.

O cenário da convergência das mídias (TV, Internet, celular, tablet, e-books e demais mídias móveis) acelerado pela popularização da informática, o aprimoramento das técnicas de compressão de áudio e vídeo, com redução dos “tamanhos” dos arquivos e aumento contínuo das capacidades de transmissão. Ao mesmo tempo, há uma oferta crescente de equipamentos e tecnologias de fácil manuseio e custos reduzidos, incluindo câmeras de boa qualidade nos celulares, programas de edição gratuitos na internet, proporcionando um enorme estímulo para a produção audiovisual individual e coletiva.

E se na oferta ampliam-se as facilidades, também não falta demanda nos consumidores de conteúdo. Websites, Weblogs, Videoblogs, YouTube, MSN, Twitter, outros portais específicos de relacionamento, torpedos e SMS, web TV já fazem parte da cultura virtual e dependem de produtos audiovisuais. Por outro lado, espaços tradicionais e de grande audiência massiva, como as grandes redes de televisão comercial e educativa em sinal aberto, TVs por assinatura e até empresas de telefonia, exibem vídeos de produtoras independentes, de todos os portes, quando não de usuários individualmente ou através de um coletivo.

Esse novo momento é reflexo do que estudiosos da Ciência da Informação

apontam como novos paradigmas informacionais. Entre eles, o do trabalho colaborativo, do fluxo não linear e do usuário ativo (LE COADIC, 1996). Este último subverte a noção de comunicação de massa, ao possibilitar “ao usuário deixar de lado o papel de mero consumidor e passar a ser, ele também, um agente ativo na produção e disseminação de informações e conhecimento, transmutando os usuários-consumidores em usuários-cidadão” (MOTA; TOME, 2005, pág. 34).

Na perspectiva/possibilidade do usuário interagir com a informação chegando mesmo a produzir o conteúdo audiovisual, o Ciclo Social da Informação (figura 1), proposto por Le Coadic (1996) deve ser entendido como o modelo que se aplica aos novos paradigmas na construção de conteúdos para mídias digitais.

Assim, o Ciclo Social da Informação ao inserir o conceito do usuário gerador de sua própria informação, reflete a interatividade. Ao estudar os níveis de interatividade na televisão, Montez e Becker (2005), afirmam que o nível zero é a televisão que dispõe de poucos canais e onde a ação do espectador resume-se a ligar e desligar o aparelho, regular volume, brilho e contraste, além de trocar os canais sem controle remoto. Era preciso levantar-se do sofá ou poltrona para realizar qualquer uma destas tarefas.

Figura 1 - Ciclo social da informação



Fonte: LE COADIC, Y-F. A ciência da informação. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.

A chegada do controle remoto é a primeira etapa de digitalização da recepção da TV, que ganha mais qualidade nas imagens e sons e mais canais, sem que o telespectador tenha que sair do seu lugar. Para os autores, esse é o nível 1. O nível 2 é caracterizado pelo uso de equipamentos que se incorporam à televisão como: vídeos cassetes e os jogos eletrônicos. Eles permitem as primeiras escolhas e geram uma pequena interação ao se escolher o seu conteúdo sem a obrigatoriedade de acompanhar uma programação predefinida.

A partir do nível 3, o telespectador pode “interagir” com a emissora e inter-

ferir nos seus conteúdos através do telefone, cartas, telegramas. Telespectadoras opinam sobre a novela, os rumos dos personagens e fazem um policiamento, o que, em maior ou menor medida, acabava influenciando os roteiristas. Ficou famoso um grupo de mulheres do interior paulista, conhecidas como “Senhoras de Santana”, que se mobilizavam quando achavam que “a moral e os bons costumes” estavam sob risco. Mais explícita, a Rede Globo oferece programas onde a audiência pode escolher entre (poucas) opções de continuidade na história, com o uso do telefone. O programa “Você Decide” é o precursor deste modelo. Tal forma de “participação” (entre aspas pela sua limitada abrangência) foi incorporada à prática da televisão.

O nível 4 ocorre na TV transmitida por fibras óticas, como o cabo, ou por satélite. Através de recursos interativos enviados como “dados” para as caixas decodificadoras de sinal (set top box), o telespectador pode escolher ângulos de câmeras, fazer diferentes encaminhamentos das informações, consultar a grade de programação, entre outras funções. Neste nível, o telespectador, embora pareça um salto tecnológico, com uma aparente interatividade com a TV em tempo real, apenas reage a impulsos e caminhos predefinidos pelo transmissor. Tais opções ofertadas pela emissora chegam junto com o sinal de áudio e vídeo, em um sistema conhecido como “carrossel”, ficando a disposição do usuário se e apenas quando acionado, não havendo um retorno verdadeiramente interativo com a emissora, uma vez que ela não “responde” ao telespectador. Com o objetivo de tornar a TV pró-ativa, os autores propõem mais três níveis de interatividade. Neste sentido, há uma evidente tentativa de mudança e ampliação do conceito de interatividade comumente usado. O de que quem participa do processo comunicacional interativo é igualmente produtor de conteúdo, não apenas um “escolhedor de opções pré-determinadas”.

No nível 5, o telespectador pode ter um acesso mais efetivo ao conteúdo, enviando vídeo de baixa qualidade que pode ser produzido através de uma webcam ou por outros equipamentos de gravação. Para que isso ocorra é necessária uma conexão ligando o telespectador à emissora, chamado de canal da interatividade ou canal de retorno. No nível 6, a largura de banda desse canal aumenta, oferecendo a possibilidade de envio do vídeo em melhor qualidade.

Só no nível 7, no entanto, segundo os autores, ocorre a interatividade plena. É neste nível que o telespectador passa a se confundir com o transmissor, tanto na geração como na produção do conteúdo. Esse nível é semelhante ao que acontece na Internet hoje, onde qualquer pessoa pode publicar um site, bastando ter fer-

ramentas adequadas. “O telespectador pode fazer programas e enviá-los à emissora, rompendo o monopólio de produção e veiculação das tradicionais redes de televisão como conhecemos hoje”. (MONTEZ; BECKER, 2005, pág. 54).

Neste contexto de potencialidades, o usuário, ao adquirir um nível de apropriação crítica dos recursos audiovisuais, das Tecnologias de Informação e Comunicação, as TIC e do entendimento da mídia televisiva pode então transformar-se num gerador de conteúdo e, ao mesmo tempo, aprender em conjunto, colaborativamente, refletindo sobre a própria experiência e ampliando-a com novas informações (VALENTE, 2004). Por outro lado, é preciso também que tenhamos em mente o quanto é moroso e ainda incipiente esta tomada de entendimento crítico uma vez que a escola, e outras instâncias educativas, mal tangenciam a apropriação do universo audiovisual como a gramática do entendimento do mundo contemporâneo. A começar nas próprias escolas de formação de professores, ainda tímidas ao tratar do tema de forma transdisciplinar.

2 Uma proposta de projeto

O desafio, então, está lançado: desenvolver metodologias para a apropriação constantemente ativa dos atores sociais de uma comunidade, em diversas regiões do País, para que possam produzir conteúdos audiovisuais digitais de forma inclusiva e colaborativa, com possibilidades de distribuição em múltiplas e convergentes plataformas tecnológicas (TV, Internet, celulares, redes on-line e off-line), visando dar ao sujeito um avanço qualitativo na construção de seus conhecimentos, tanto no aspecto técnico quanto em relação aos conteúdos e conceitos envolvidos na elaboração do seu produto final.

Neste sentido, um projeto visando a uma “produção colaborativa de usuários distribuída por convergência de mídias” teria como proposta investigar o processo de inserção da mídia televisiva e dos recursos de interatividade, possivelmente advindos da TV Digital, dentro de uma perspectiva que também a transforme em tecnologia social. O impacto seria direto nos projetos de inclusão digital e social desenvolvidos, em diferentes regiões do Brasil, visando criar metodologia de apropriação pelo usuário, ao disseminar esta metodologia para outras comunidades.

Certamente, há uma enormidade de dificuldades no caminho. Mas a principal delas é o campo de estudo. Onde experimentar as propostas metodológicas de forma que se espelhe, o mais fiel possível, o cotidiano tecnológico social onde a TV está inserida sem criar um artificialismo de lócus distante da realidade. É conhecida a aversão das emissoras comerciais por várias facetas de propostas como essa. A TV até experimenta, mas tão len-

tamente e tão temerosa que as mudanças levam décadas para se consolidar nas grades de programação. Outro fator para a não experimentação é que a interatividade, como a proposta aqui, ainda não se comprovou como um modelo de negócio atrativo para as emissoras e, portanto, não é vista como um bom investimento.

Também serve para o desestímulo à interatividade prometida pela TV Digital o fato que a interatividade desejada pelas emissoras já tem resolvida o seu canal de interação. Programas como Big Brother Brasil, da Rede Globo, assim como outros realities shows, utilizam-se da telefonia, fixa e móvel, como principal fonte de interatividade com sua audiência, além de ser uma das principais fontes de renda. O Fantástico, da Rede Globo, já faz pequenas interatividades em nível 5, como o quadro Bola Cheia/Bola Murcha, onde telespectadores enviam gols ou cenas de partidas amadores pelo país, via internet. Em jogos de futebol, a tradicional pergunta do telespectador aos comentaristas, antes feita por telefone (nível 3 de interatividade), agora tem agregada a imagem dele via webcam, também enviada pela internet. Para alcançar o nível 6, é só uma questão de tempo, desenvolvimento de tecnologia e economia. Daí, pensam as emissoras comerciais, para que a interatividade da TV Digital? Desta maneira, bastou-lhes a excelente imagem e som, além do carrossel, para dar por encerrado esse ciclo tecnológico.

Se não for nas TVs comerciais, restam as televisões do campo público para laboratório destas experimentações. As TVs estatais estão condicionadas por políticas públicas momentâneas e, raramente, voltadas para o desenvolvimento de tecnologias, sendo levadas a reboque. As TVs legislativas têm foco muito específico na cobertura parlamentar e as comunitárias sofrem por falta de recursos orçamentários. Restam as TVs Universitárias que, paradoxalmente, têm todos os problemas acima apontados, mas contam com a cultura, o conhecimento teórico e prático, e a estrutura acadêmica como esteios. Além disso, a gênese da universidade (e das TVs Universitárias, portanto), é o ensino, a pesquisa e a extensão, tripé fundamental para projetos desta natureza. Por fim, já contam com projetos transdisciplinares no mesmo sentido, como a RITU – Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária; modelo de integração inédito no mundo e que há 10 anos vem sendo aperfeiçoado pela ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária, com um número crescente de novas emissoras.

Quais seriam os principais objetivos e métodos a serem desenvolvidos e incorporados ao projeto proposto:

a) Elaborar diagnóstico dos atores sociais envolvidos quanto ao interesse e conhecimento de suas habilidades na pro-

dução de textos, falar, captar imagens e sons em tecnologias diversas (filmadoras, câmeras analógicas e digitais, celulares entre outras).

b) Criar o ambiente para a produção e edição dos conteúdos audiovisuais, incluindo as TIC e as ferramentas específicas para a convergência de mídias e distribuição por múltiplas plataformas de comunicação.

c) Promover a capacitação das comunidades através de oficinas, workshops, visitas técnicas, sobre as mídias emergentes, sua diversidade de áreas (pré-produção, produção, edição, finalização, arquivamento, exibição) com as ações específicas em cada uma delas (roteiros, captação, iluminação, softwares de edição, montagem, compactação de arquivos), entre tantos outros itens.

d) Documentar e explicitar a metodologia de trabalho realizada junto às comunidades, descrevendo as ações realizadas, recursos técnicos e materiais de apoio utilizados, produtos desenvolvidos e resultados alcançados, avaliando os impactos sócio-culturais deste processo de apropriação.

e) Promover oficinas de integração e compartilhamento das experiências dos projetos consorciados na geração de conteúdos junto aos seus públicos, utilizando plataformas e metodologia para ensino a distância, pela Internet.

f) Transferir a metodologia de trabalho junto às comunidades para o coletivo das emissoras universitárias e demais públicas para atuarem como agentes multiplicadores na continuidade e aprimoramento aos processos de apropriação da mídia televisiva pelos usuários.

g) Desenvolver um programa televisivo de âmbito nacional, com temática a ser definida, que será coproduzido pelas parcerias entre as TVs Universitárias e as comunidades selecionadas e que reflita os diferentes “olhares” das comunidades de Norte a Sul do país sobre a realidade da temática proposta. Programa a ser ofertado às TVs Universitárias e a todo o campo público de televisão, como a EBC (TV Brasil), TVs comunitárias e os veículos legislativos, do Poder Judiciário e as TVs educativas.

h) Agregar à RITU – Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária, projeto da ABTU em parceria com a RNP, Rede Nacional de Ensino e Pesquisa, como o modelo tecnológico de protótipo para o compartilhamento e distribuição de vídeos em redes de alto desempenho. A RITU seria a rede nacional para a exibição das produções das comunidades de usuários,

bem como a rede de distribuição destes conteúdos para outras emissoras interessadas na veiculação do programa de âmbito nacional.

i) Criar um Website do projeto com a finalidade de exibição dos conteúdos produzidos, dos processos de criação e como espaço para a troca de experiências e vivências das comunidades de usuários e para aplicações interativas.

j) Avaliar o projeto e entregar relatórios e produtos, segundo cronograma pré-estabelecido.

Dando continuidade a essa linha de pesquisa poder-se-ia realizar novas propostas de trabalho, primeiro, ampliando os diversos processos de letramento da comunidade pela construção do conhecimento das mídias televisiva e emergentes e uso das tecnologias a ela associadas. Segundo, ampliando essa atividade para outras comunidades em diferentes regiões do Brasil.

O aspecto significativo diferencial é que existem TVs universitárias em todas as plataformas existentes: em sinal aberto de VHF e UHF, no cabo e na internet. Em sinal aberto, boa parte cumpre a função de única emissora local e, portanto, tem audiência cativa além de uma grande participação das comunidades como fonte de informação e indicadora de pautas para os programas da grade. No cenário de potencialidades de pesquisas dos projetos, a TV universitária é um dos espaços de exibição das produções feitas pela comunidade que verá concretizada essa opção. Outra oportunidade é, não apenas vivenciar todo o processo que envolve as fases de elaboração de um conteúdo televisivo (pré-produção, produção, edição, montagem e finalização), mas, sobretudo ver seu produto audiovisual exibido na televisão, através de uma emissora em sinal aberto e sintonizada pelas pessoas da comunidade em suas próprias casas

Certamente, outro aspecto importante do projeto é a sua disseminação, tanto para as outras plataformas como no cabo e na webtv – enquanto ainda não tão populares como o sinal aberto – quanto levar a proposta de Usuário Gerador de Conteúdo para outras regiões do Brasil através do trabalho entre as TVs Universitárias e as comunidades na coprodução dos conteúdos através das oficinas metodológicas previstas no projeto.

3 Metodologia e Resultados Esperados

Como pesquisa de natureza qualitativa, a metodologia proposta é da Pesquisa-Ação, que é um tipo de pesquisa social com base na observação de fenômenos associados à ação e à resolução de problemas, mas sendo o pesquisador um participante ativo do processo e que

deverá estar envolvido com os participantes de modo cooperativo e participativo (THIOLLENT, 1996). As propostas temáticas para o desenvolvimento dos conteúdos serão definidas entre comunidade e pesquisadores, para que reflitam o “olhar” criativo, cultural e artístico de apropriação desta comunidade, evidenciando um processo de ação-reflexão participativa e inclusiva, que considere a voz dos sujeitos.

Importante enfatizar que a metodologia não visa somente às questões técnicas, não é só capacitar os usuários para gerar e distribuir os seus conteúdos, mas também conduzir os trabalhos no sentido de um “letramento” e com uma grande preocupação nas questões que envolvem os novos formatos narrativos e as novas formas estéticas de elaboração de linguagem através das novas mídias.

Entre as atividades previstas no projeto, pretende-se:

- Elaborar um método para avaliação das potencialidades dos participantes através de práticas de campo, como entrevistas, coleta de textos, filmagens, locuções e outras atividades. Participantes que serão selecionados a partir das comunidades onde a TV Universitária atua, em parceria com os respectivos órgãos da Administração Municipal, ONGs, Fundação, Pontos de Cultura e Comunidades Afins.

- Criar ou adequar espaços de experimentação para desenvolvimento dos conteúdos audiovisuais, como sets de gravação, ilhas de edição. Com a implantação do projeto, nas comunidades já organizadas e que atuam em seus respectivos espaços, serão analisados os espaços físicos e as adequações necessárias para a implantação do projeto.

- A partir do diagnóstico realizado, serão montados cursos e oficinas temáticas e técnicas com profissionais sobre como funciona uma televisão, produção, roteiros, operação de câmera, iluminação, fotografia, edição de imagens, sonorização, finalização, entre outros temas a serem sugeridos. Complementando as oficinas e workshops serão realizadas visitas em produtoras e emissoras regionais. Como parte do processo de integração entre usuários, produtores e exibidores de conteúdo e profissionais da área que atuam nas TVs participantes, serão convidados para as oficinas alguns profissionais e pessoas que realizem relatos sobre suas experiências.

- Oficinas de integração e compartilhamento das experiências dos projetos consorciados serão feitas através da contratação de serviços de terceiros com comprovada competência no setor de plataformas de ensino a distância, incluindo suportes técnicos de armazenagem (datacenter) para a observação dos conteúdos em desenvolvimento, bem como, para utilizar ferramentas de interatividade em tempo real.

- Desenvolver modelo para apro-

priação pelos usuários nos processos de produção colaborativa de conteúdos audiovisuais, com o objetivo de criar piloto de programa televisivo. A transferência da metodologia desenvolvida para as TVs Universitárias será feita através de oficinas nas TVs envolvendo equipes técnicas das televisões e representantes das comunidades selecionadas pelas TVs Universitárias junto a seus projetos de extensão. Nestas oficinas, os diversos profissionais das TVs serão chamados a colaborar no relato de suas técnicas e experiências. Os equipamentos e kit de gravação poderão ser fornecidos pelo projeto, em regime de comodato pelas TVs Universitárias no desenvolvimento deste trabalho junto com as comunidades. A infraestrutura e os trabalhos técnicos para edição, compactação e disponibilização dos conteúdos produzidos seriam de responsabilidade das TVs Universitárias, mas com a participação efetiva dos demais atores do processo.

- Desenvolver programa televisivo de âmbito nacional, em formato de série. A temática de cada episódio seria definida pelas comunidades participantes. Uma coprodução com as TVs Universitárias, individualmente, teria um formato de um programa de 3’ (três) minutos. Oito emissoras, representativas de todas as regiões do país, seriam escolhidas para integrarem o episódio. Os conteúdos poderiam ser finalizados por uma equipe eleita e/ou indicada pela ABTU, para desenvolver a diagramação e lay-out do episódio em torno de 28’ (vinte oito minutos), tempo adequado para composição de grades de programação em geral, facilitando assim sua inserção nas mídias. Como subprodutos do projeto principal, outros conteúdos como making off, entrevistas completas, cenas não editadas, serão montados num DVD como registro do processo e servirá também como itens para a interatividade.

- Os vídeos de 3’ podem compor um programa paralelo, para celular ou outras mídias móveis, além de comporem e multiplicarem a experiência nos websites, blogs, SMS, Twitter...

- Desenvolver o site do projeto, que contemplará o desenvolvimento e programação de: layout do site; cadastro de usuários; funcionalidade de upload de vídeo, áudio, texto e imagens funcionalidade de exibição de vídeo (player); ferramenta de interatividade e construção de conteúdo por parte do usuário; ferramenta de atualização de conteúdo; ferramenta de alimentação e acesso ao banco de dados; funcionalidade de busca dos conteúdos indexados; e ferramenta de relatórios de acesso, entre outros itens.

- Avaliar os resultados e redefinir estratégias e ações do projeto, incluindo sua continuidade pela comunidade. São resultados esperados do projeto:

- Criação de metodologia para apropriação pelo usuário para a produção de

conteúdos audiovisuais de forma colaborativa e inclusiva.

- Criação de um conteúdo audiovisual nacional produzido pelos usuários através de coproduções entre TVs Universitárias e comunidades aprendentes em todo o país.

- Criação do site web do projeto na Internet em provedores próprios.

- Disponibilização do processo de qualificação profissional de jovens diante das novas demandas do mercado em decorrência da convergência tecnológica e das perspectivas de trabalho advindas com a digitalização da TV e da abertura de novos canais, previstos na regulamentação da TV digital.

- Avaliação dos resultados e redefinição de estratégias e ações do projeto, possibilitando a sua continuidade pela comunidade.

4 Sobre a televisão universitária e a RITU

Neste cenário desafiador de inclusão social e educação pela mídia, as TVs Universitárias, segmento público de TV que cresceu muito no país nos últimos anos, são espaços de exibição de usuários geradores de conteúdo e de produções colaborativas. São também espaços de experimentação de novas linguagens e outros formatos midiáticos e estéticos de conteúdos audiovisuais interativos e colaborativos construídos diante dos novos paradigmas do fluxo da informação. Hoje, 151 instituições de Ensino Superior produzem televisão, um número ainda pequeno e promissor, pois representa menos de 7% das IES brasileiras, mas com crescimento de mais de 700% de 1993 até 2010 (RAMALHO, 2010). Integrada às atividades-fim da Universidade - pesquisa, ensino e extensão - as TVs Universitárias participam também, além da busca de novas linguagens e novas estéticas, dos processos tecnológicos de inovação e convergência.

A RITU – Rede de Intercâmbio de Televisão Universitária possui um projeto inovador que tem como objetivo compartilhar a produção das TVs associadas utilizando redes de alto desempenho. A concepção tecnológica desenvolvida através de parcerias entre a ABTU, a RNP - Rede Nacional de Pesquisa, ligada ao Ministério da Ciência e Tecnologia e o LAVID - Laboratório de Vídeo Digital da Universidade Federal da Paraíba, está baseada num fluxo de informação que transita através de metadados, que identificam os vídeos ofertados pelas emissoras universitárias para o conjunto das TVs, que escolhem neste menu os temas de seu interesse. De forma soberana, sem a obrigatoriedade de seguir “uma cabeça de rede”, a TV compõe sua grade de programação, convenientemente, e quebra o paradigma da verticalização da televisão brasileira, dando ênfase ao de-

envolvimento local e horizontal. A partir da escolha, a emissora busca, via RNP, o vídeo escolhido e faz o download para os computadores disponibilizados para o projeto. A ABTU, enquanto gestora, pode organizar uma grade nacional a ser ofertada para que as emissoras complementem seus horários, tudo isso feito para que a programadora local enriqueça sua grade, dentro de sua própria política de programação.

Após o levantamento inicial das demandas do projeto definiu-se uma arquitetura de servidores locais, instalados em cada uma das universidades participantes que estariam conectados via rede de dados mantida pela RNP. Cada um desses servidores seria uma base de dados em si, concentrando todo o conteúdo gerado pela TV Universitária onde estivesse instalado. Esses arquivos seriam devidamente indexados podendo então ser oferecidos aos demais membros da rede. A oferta significa que apenas as informações dos vídeos, através de seus metadados, trafegariam na rede para um servidor central, instalado na sede da RNP. A sincronização dos servidores locais com o central é que permite a cada uma das TVs Universitárias visualizar o conjunto dos arquivos disponibilizados e solicitar aqueles pelos quais se interessar. Além disso, a ferramenta também foi pensada para incorporar um tocador, acionado a partir de uma grade de programação pré-estabelecida. E aqui existe uma inovação social já que o sistema prevê a possibilidade de uma grade nacional, mas um poder de decisão local. Tal concepção vai ao encontro dos conceitos propostos por Latour (1992, 2000), pela leitura de Andrade (2005), onde a eficiência da inovação depende do lócus e as interrelações favoráveis às mudanças exigidas no processo, tanto técnicas como sociais. Mas é necessário, também, que os atores, tanto exerçam influência como se adaptem às diferenças e diversidades, gerando uma circularidade de idéias complementares que se desembocam em uma inovação benéfica a todos.

Quando se fala da adoção de tecnologias sociais, entende-se que a interação com profissionais da área de informática venha a ser necessária e da metodologia aplicada no projeto RITU as seguintes constatações podem ter repercussão nos projetos de interatividade e do Usuário Gerador de Conteúdo:

- O trabalho de desenvolvimento de software é muito diferente do trabalho de realização audiovisual. As metodologias, as prioridades, habilidades e os jargões

são muito diferentes. Desta forma uma grande parte do esforço esteve em criar uma base comum a todos os participantes e estabelecer parcerias dentro de cada instituição participante entre as TVs e os seus setores de informática;

- A definição de requisitos da ferramenta é essencial e a realização de testes intermediários para verificar a validade desses requisitos também;

- Tarefas simplificadas, e um cronograma semanal ajudaram a organizar o trabalho e a manter a equipe de colaboradores motivada em torno do projeto;

- Nem todas as funcionalidades do sistema interessam a todas as TVs e é necessário oferecer soluções simplificadas aos interessados em apenas parte delas. Isto vale particularmente para aquelas TVs muito pequenas, com pouca produção e conectividade de baixo desempenho cujo interesse maior acaba recaindo no recebimento de programação para alimentar suas grades locais.

- A interface é um item essencial para o sucesso na adoção da ferramenta. Ela deve remeter ao máximo àquilo que os profissionais tradicionalmente encontram numa operação de televisão. Por mais disseminado que o computador pareça estar nos dias de hoje, seu uso não é trivial para a maioria das pessoas. Quanto mais óbvio, quanto mais intuitivo e quanto mais remeter ao mundo real, mais fácil será a inserção dessa tecnologia no cotidiano das televisões universitárias.

O desenvolvimento final da plataforma tecnológica e as ações convergentes das mídias televisiva e internet como ferramentas de interatividade entre as comunidades usuárias participantes, gerando um protótipo a ser referenciado, é um dos objetivos específicos deste projeto.

5 Considerações finais

Retornamos aqui ao conceito rapidamente levantado ao início deste artigo, o de Tecnologia Social (TS). Teria nossa proposta, como dito lá, a potencialidade de ser uma tecnologia social? Embora o termo tecnologia social seja fruto de intenso debate sobre seu conceito, ainda não tem uma definição pronta e acabada. É um conceito em construção. Ainda que tenha surgido para dar vazão a uma demanda de conceituação e legitimação do papel da inovação pelas ONGs, ao que parece o conceito de TS já extrapola sua origem.

No entanto, o Centro Brasileiro de Referência em Tecnologia Social (CBRTS), o Instituto de Tecnologia Social (ITS) e uma série de grupos de estudo e pesquisa ligados ao campo da ciência, tecnologia e

inovação (CT&I), após vários encontros e debates, já conseguem traçar uma definição ampla, desde que em conjunto com premissas, parâmetros e implicações (ITS, s/d, p.6). Na definição, TS é um “conjunto de técnicas, metodologias transformadoras, desenvolvidas e/ou aplicadas na interação com a população e apropriadas por ela, que representam soluções para inclusão social e melhoria das condições de vida”. Assim, como podemos ver, a proposta deste texto nos aproxima muito do campo das TS.

Formatamos um quadro comparativo onde as premissas, parâmetros e implicações, organizadas pelo ITS, possam ser analisadas e percebidas na atual proposta de um experimento também de tecnologia social. As três primeiras linhas são dedicadas aos três elementos que, conforme o ITS, são os mais repetidos nas diversas definições de TS, mas que ressaltam os aspectos de caráter participativo. Aproveitamos a oportunidade para colocar no comparativo a televisão em si que, mesmo cientes de que não é uma TS plena, ainda assim tem aspectos que podem ser defendida como tal, mesmo que sob o policiamento ideológico sobre a comunicação de massa. De qualquer forma, será possível verificar a evolução que as propostas almejam em cima da televisão tradicional.

Assim, o presente artigo almeja apresentar a proposta de um projeto inovador ao produzir conteúdos de forma colaborativa aplicando o conceito de interatividade plena na TV Digital, quando o usuário passa a ser gerador e vê sua produção exibida. O projeto mostra também o estratégico papel das TVs Universitárias na construção deste novo modelo de produção televisiva diante das perspectivas tecnológicas e dos recursos da TV Digital. No entanto, sabemos das suas limitações, ainda mais considerando que a própria universidade tem muito o que evoluir em, ela mesma, incorporar metodologias de Tecnologia Social. Desta maneira, terminamos, então, fazendo das palavras de Machado (2009), ao final de seu próprio artigo sobre inovações e mudanças:

“As inovações são isto: exercem fascínio, têm sentido polissêmico e apelo consensual, mas do ponto de vista sócio-histórico também podem ser lidas como o poder de imposição de um grupo social. Esta questão, contudo, não tendo sido abordada neste texto, constitui-se como um convite à continuidade do debate sobre o tema (pág. 26).”

Tecnologia Social: conceitos	Televisão Convencional	Projetos TVs Universitárias
Elementos comuns às definições		
“Desenvolvidas na Interação”	Não. Foi desenvolvida unilateralmente pelos governos e pela indústria da comunicação	Previsto
“Aplicadas na interação”	Em termos. Embora tenha ainda uma forte influência da indústria sobre a aplicação cotidiana de seu telespectador (um jogo de futebol só começa depois da novela), aos poucos o usuário vem dando mostras de seu poder de alterar a proposta unilateral, demonstrado pela queda na audiência geral dos principais programas, assim como a fuga dos jovens da TV para a internet.	Previsto
“Apropriadas pela população”	Sim. É o segundo aparelho mais presente na casa dos cidadãos, perdendo apenas do fogão e ganhando do rádio. Além disso, é a principal fonte de informação e entretenimento da população, que sabe manejar intuitivamente os seus principais controles.	Espera-se que sim
Princípios		
Aprendizagem e Participação juntos	Não. Mesmo nas iniciativas tênues de interatividade, não há a ênfase na aprendizagem e participação.	Previsto
“Transformação social implica compreender a realidade de maneira sistêmica.”	Não. O projeto de implantação de uma rede de televisão no Brasil tinha o aspecto de transformação social mas, ao contrário de qualquer intenção de compreender a realidade.	Previsto
“A transformação social ocorre na medida em que há respeito às identidades locais.”	Em termos. Embora a televisão brasileira fosse predominantemente local nos seus primórdios, com o desenvolvimento do videotape o papel hegemônico das grandes redes nacionais paulistas e cariocas prevalece. No entanto, há uma série de emissoras educativas, universitárias, comunitárias, legislativas que enfatizam o local, com importante audiência.	Previsto
“Qualquer indivíduo é capaz de gerar conhecimento e aprender.”	Em termos. “qualquer indivíduo gerar conhecimento” não é compatível com o meio, mas aprender, sim, pois as metodologias usadas pela TV são de fácil e rápida assimilação. Para o bem e para o mal.	Em termos. Embora o projeto preveja a participação intensa dos atores, ainda assim é muito limitado.

Parâmetros		
“Visa à solução de demandas sociais concretas, vividas e identificadas pela população.”	Em termos. Alguma programação busca soluções, como combate a epidemias, ao preconceito etc. Não é uma norma, mas existe e, certamente, se estão lá é porque são exigidas pela audiência, de alguma forma.	Previsto, na escolha das temáticas
“Formas democráticas de tomada de decisão, a partir de estratégias especialmente dirigidas à mobilização e à participação da população.”	Não. Mesmo nas poucas iniciativas de interatividade, as escolhas são tão poucas, e dirigidas pela produção, que não podem ser consideradas como uma participação plena	Previsto.
“Há participação, apropriação e aprendizagem por parte da população e de outros atores envolvidos.”	Sim. Desde que “aprendizagem” seja levada em consideração em toda a sua extensão, e não apenas nos aspectos da educação formal.	Previsto, mas de forma diferente que a televisão tradicional.
“Há planejamento, aplicação ou sistematização de conhecimento de forma organizada.”	Sim. Mas a partir da política da empresa de comunicação	Previsto, mas a partir da interação com os atores.

Parâmetros		
"há produção de novos conhecimentos a partir da prática"	Sim. As pesquisas de campo diária com os telespectadores vão conduzindo a programação, embora o objetivo seja o aumento ou fidelização para fins comerciais.	Previsto.
"Visa à sustentabilidade econômica, social e Ambiental"	Em termos. Pois só da empresa.	Não está previsto.
"Gera aprendizagens que servem de referência para novas experiências. Gera, permanentemente, as condições favoráveis que deram origem às soluções, de forma a aperfeiçoá-las e multiplicá-las."	Sim. Pois, conforme a audiência, e a maneira como ela se comporta à proposta televisiva, novos programas seguem o modelo. Haja vista os reallities shows.	Previsto
Implicações		
"Relação entre produção de C&T e sociedade"	Distante.	Previsto
"Ha direção que se confere à produção de conhecimento"	Não. Como se diz no mercado publicitário, a televisão não é feita para o telespectador, mas para os anunciantes.	Previsto
"Um modo de fazer específico de intervenção sobre a realidade, que está ligado tanto aos parâmetros que caracterizam o processo de intervenção quanto aos resultados esperados"	É dessa maneira, mas visando ao lucro da empresa de comunicação que pode até ter uma missão social, mas ainda precisará remunerar seus acionistas prioritariamente.	Previsto.

Fonte: Adaptado de OTERO, M. R.; JARDIM, F. A. Reflexões sobre a construção do conceito de tecnologia social. In: FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL. Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil, 2004

Publicado originalmente na Revista Avaliação, Campinas; Sorocaba, SP, v. 18, n. 2, p. 417-433, jul. 2013.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, Thales. Inovação e ciências sociais: em busca de novas referências. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 20, n. 58, pág. 145-156, jun. 2005
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Síntese dos indicadores sociais. 2006. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 26 ago. 2007.
- LATOUR, B. *Aramis ou l'amour des techniques*. Paris: La Découverte, 1992.
- LATOUR, B. *Ciência em ação*. Trad. Ivone Benedetti. São Paulo: Ed. Unesp, 2000.
- LE COADIC, Y-F. *A ciência da informação*. Brasília: Briquet de Lemos, 1996.
- MACHADO, L. S. Inovações e mudanças: conceitos e abordagens. In: CABRAL, E. H. de; SOUZA NETO, J. C. (Org.). *Temas do desenvolvimento: reflexões críticas sobre inovações sociais*. São Paulo: Expressão e Arte Editora, 2009. pág. 11-27.
- MONTEZ, C.; BECKER, V. *TV digital interativa: conceitos, desafios e perspectivas para o Brasil*. 2. ed. rev. e ampl. Florianópolis: UFSC, 2005.
- MOTA, R. E ; TOME, T. Uma nova onda no ar. In: BARBOSA FILHO, A.; CASTRO, C.; TAKASHI, T. (Orgs.). *Mídias digitais. Convergência tecnológica e inclusão digital*. São Paulo: Paulinas, 2005. pág. 51-84.
- RAMALHO, A. R. *O perfil da TV universitária e uma proposta de programação interativa*. São Paulo: USP/ECA. Tese (Doutorado). Escola de Comunicação e Artes, USP, São Paulo, 2010.
- THIOLLENT, M. *Metodologia da pesquisa – ação*. 7. ed. São Paulo: Cortez, 1996.
- VALENTE, J.A *Educação em uma comunidade saudável*. In: MARTINS, J. P. S; RANGEL, H. A. (Orgs.). *Campinas: no rumo das comunidades saudáveis*. Campinas: IPES Editorial, 2004. pág. 209–218.

Eis que surge a TV

O russo naturalizado americano, Vladimir Zworykin, inventa a televisão em 1923. Três anos depois, o escocês John Baird transmitiu imagens de TV através de fios telefônicos de Londres a Glasgow.



Televisão verde—amarela

Foi em 28 de setembro de 1948 que Olavo Bastos Frias realizou a primeira transmissão de televisão no Brasil, que não poderia ser de outro tema a não ser de uma das maiores paixões dos brasileiros: uma partida de futebol.

Publicidade

No Brasil, a televisão começou a ser usada como vitrine das empresas a partir de 18 de setembro de 1950, quando a TV Tupi de São Paulo realizou a primeira transmissão comercial no País. Com o acontecimento, o Brasil passou a ser o quarto a ter uma emissora de televisão, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, Inglaterra e França.



Das antigas

Você sabia que a Rede Record de Televisão, fundada em 1953 na Cidade de São Paulo, é a mais antiga televisão brasileira em existência?



A mágica do videoteipe

Em 1961, o surgimento do videoteipe revolucionou o modo de fazer televisão, já que permitia a edição dos programas antes de irem ao ar e a retransmissão de um programa por todo o País por meio do envio de fitas via malote aéreo. No Brasil, já existem mais de 980 mil aparelhos.



A primeira televisão universitária no Brasil

Você sabia que foi em 1967 que surgiu a televisão universitária no País. Atualmente, existem mais de 150 espalhadas pelo Brasil que também tem uma inédita mobilização mundial quanto ao intercâmbio de programação, estabelecimento de redes e atividade política representativa.

Lei do Cabo

Em 6 de janeiro de 1995, foi promulgada a Lei 8.977, chamada "Lei do Cabo" que deu início a uma nova fase para as TVs Universitárias, com a garantia da criação de Canais Universitários em todo o Brasil. Em 12 de setembro de 2011, a Lei 12.485 transforma os Canais Universitários em canais obrigatórios para todas as operadoras.

Guia para ver a TV das crianças.

Autor: Cláudio Márcio Magalhães

Titulação: Doutor em Educação

Contato: claudiomagalhaes@uol.com.br

Centro Universitário UNA

Livro: “Qualidade na programação infantil da TV Brasil”, de Inês Sílvia Vitorino Sampaio e Andréa Pinheiro Paiva Cavalcante. Editora Insular. 2013.

É primeiro importante dizer: é um mito que as crianças estão deixando de ver TV e, portanto, estudar sobre esse fenômeno deixa de ser relevante. Primeiro que, sim, a televisão continua sendo o principal entretenimento neste país de pouca distribuição social de banda larga, de violência crescente nas ruas e valores exorbitantes e acesso elitista dos demais produtos culturais. Crianças ainda passam mais horas na frente da tela do que na sala de aula. E, segundo, que ninguém se iluda que, mesmo com as novas tecnologias, a tendência é aumentar a exposição, agora em novas telinhas.

Posto isso, se dá a ideia da relevância da publicação, fruto do trabalho do Grupo de Pesquisa da Relação Infância, Juventude e Mídia - GRIM, originário do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará (UFC), e feito em cooperação com a Empresa Brasileira de Comunicação, autarquia mantenedora da TV Brasil, emissora pública federal.

Embora o título pareça restritivo, o exaustivo trabalho do GRIM nasce já como uma referência de qualquer presente e futuro estudo sobre programas e programação de televisão para as crianças. Seu capítulo de critérios e indicadores de qualidade de programação é um estado da arte de diversas listas de possíveis olhares que podemos dar e ter dos programas infantis. Podemos escolher qualquer uma delas ou montar a nossa a partir da amálgama delas. Aliás, foi o que o grupo fez para assistir a mais de 200 episódios de mais de 20 programas.

O trabalho braçal, ou melhor, audiovisual foi totalmente embasado em um am-



plo e eficiente referencial teórico, como deve ser um estudo acadêmico. Segue a boa tradição de Martin-Barbero e Canclini na análise da TV e sua importância cultural e social, com suas próprias potencialidades expressivas. A pesquisa também é rigorosa na apuração dos dados e na formatação da edição final. Isso sem deixar de ser uma leitura fácil e informativa. Há alguns dados defasados, mas que não comprometem o âmbito do trabalho.

Todo esse apuro teórico e técnico é utilizado a favor da análise minuciosa da programação da TV Brasil. É um guia para entender os programas voltados para as crianças, alguns deles em outras grades de programação, em emissoras abertas e fechadas. A equipe poderia desenvolver

uma cartilha de como assistir um programa com e para a criança com um pé nas costas. Ajudaria muito a professores e pais.

O trabalho ratifica a importância de uma televisão pública em um país. Este é o momento em que as emissoras abertas simplesmente abrem mão do público infantil em suas grades, parte fugindo das restrições à publicidade, parte abrindo seus próprios canais na TV paga, onde as crianças são um importantíssimo e rendoso público consumidor. Ou seja, não havendo TV Pública, programação infantil só pagando, ou assista aos programas adultos (o que as pesquisas já indicaram não ser a preferência infantil, assistido apenas por falta de opção).

Jornalista e pesquisador, autor do livro “Os programas infantis na TV: teoria e prática para entender a televisão feita para as crianças.” Editora Autêntica, 2007.



**Você já conhece a
ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária?**

Quem diz que a televisão não transmite conteúdo educativo e cultural certamente não conhece a ABTU e suas associadas.

Desde 2001 a Associação se dedica a congregar as IES - Instituições de Ensino Superior que produzem e são difusoras de conteúdo audiovisual. Uma categoria que só tem ganhado mais força e espaço na programação do brasileiro com o apoio técnico e político da Associação.

Mais de 40 associadas de todo o Brasil transmitindo educação, cultura e inovação.

Através da ABTU, associadas de todo o país conseguem expandir o seu alcance e levar para todo o Brasil as inovações e conhecimento produzidos por alunos e professores com alta qualidade. É o Brasil fazendo TV com QI de biblioteca.



Associação Brasileira de Televisão Universitária

**Saiba mais sobre a ABTU e como
se associar no site abtu.org.br**



BEM-VINDO A UM MUNDO CHAMADO UNIFOR

UM MEGAEVENTO QUE REÚNE
CIÊNCIA, CULTURA
E TECNOLOGIA

21 A 25/10

Programação completa no site
www.unifor.br/mundounifor



Realização





ABTU 

Associação Brasileira de Televisão Universitária