



BRUNA TASCHETTO<sup>2</sup>  
TAÍS STEFFENELLO GHISLENI<sup>3</sup>

# A EDUCAÇÃO MUDIÁTICA PELAS LENTES DA TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA



## RESUMO

A Televisão Universitária é fonte de divulgação da ciência e da construção do conhecimento. Este trabalho evidencia o potencial da Televisão Universitária também como ferramenta para a Educação Midiática. O avanço das tecnologias de informação, que, conseqüentemente, desencadeiam fenômenos como as *fake news*, fomentam a necessidade de ensinar a população a ler, escrever e compartilhar conteúdo midiático de maneira consciente e crítica. Dessa forma, o objetivo deste artigo é relacionar a Televisão Universitária com a Educação Midiática por meio de uma revisão bibliográfica da literatura para a identificação dos pontos em comum e de sinergia entre as áreas. A pesquisa adotou uma abordagem exploratória e bibliográfica e a análise dos materiais coletados permitiu identificar aspectos relevantes e contribuir para a compreensão das relações entre essas áreas.

**PALAVRAS-CHAVE:** TVUs; EDUCAÇÃO; MÍDIAS

## ABSTRACT

University Television is a source of science dissemination and knowledge construction. This work highlights the potential of University Television also as a tool for Media Education. The advancement of information technologies, which, consequently, trigger phenomena such as fake news, encourage the need to teach the population to read, write and share media content in a conscious and critical way. Thus, the objective of this article is to relate University Television with Media Education through a bibliographical review of the literature to identify common points and synergy between the areas.

**KEYWORDS:** TVUS; EDUCATION; MEDIA

## INTRODUÇÃO

**A** aceleração do cotidiano motivada pela interconectividade e a percepção, cada vez maior, de uma escassez de tempo, condicionam a contemporaneidade a uma espécie de impaciência e busca constante por informações e conteúdo imediato. Nem sempre, movido pelo impulso da instantaneidade, o que se consome no espaço midiático é adequado e condiz com a realidade. Nas páginas de busca na internet e nas redes sociais digitais há uma avalanche de informações que impossibilita, muitas vezes, uma escolha certa do melhor conteúdo a ser acessado. Nesse contexto, a educação midiática torna-se uma pauta urgente na sociedade contemporânea.

Ao pensar em maneiras de disseminar, cada vez mais, a educação para mídias em diferentes plataformas de acesso,

desperta-se para o uso de um veículo de comunicação com grande potencial midiático, mas ainda pouco explorado pelo público, que é a Televisão Universitária. A Televisão Universitária, além de contribuir com a formação dos estudantes de comunicação social, é um veículo de comunicação institucional das universidades. Não é atrelada a fins econômicos e tende a comportar produções experimentais e que destoam dos formatos tradicionais da grande mídia. Diante de tais características, relacionar as TVs universitárias com as pautas da Educação Midiática é o objetivo deste artigo. Para isto, iremos destacar a importância da Televisão Universitária desde a sua origem, com finalidade educativa, até a sua característica mais atual, como divulgadora do ensino, da pesquisa e da extensão universitária.

Magalhães (2017) aborda a TV universitária como uma ferramenta importante de divulgação do conhecimento científico, da cultura, de assuntos que estão sempre à margem das discussões midiáticas e de pautas que con-

- 1 Este trabalho compõe o primeiro capítulo do projeto de dissertação, que será apresentado ao Mestrado em Ensino de Humanidades e Linguagens, da Universidade Franciscana (UFN), de Santa Maria, RS.
- 2 Jornalista, coordenadora da UFN TV, canal universitário da UFN, de Santa Maria, RS. Mestranda em Ensino de Humanidades e Linguagens da Universidade Franciscana - UFN. E-mail: brunataschetto@gmail.com
- 3 Doutora em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), professora do curso de Publicidade e Propaganda e do Mestrado em Ensino de Humanidades e Linguagens da Universidade Franciscana - UFN. E-mail: taisghisleni@yahoo.com.br

templem as minorias, já que a emissora universitária não está atrelada a interesses que possam promover algum tipo de censura. A TV universitária também apresenta potencial e abertura para criar formatos comunicacionais e novas perspectivas audiovisuais (LELIS, 2017), mas não é comumente relacionada à Educação Midiática. Não se tem grande aparato teórico que a conduza como forte ferramenta nessa construção pelo uso adequado das mídias, por isso a importância de pensar a TV Universitária sob uma perspectiva educadora e formativa da população imersa em um volume gigante de informações todos os dias em diferentes meios midiáticos.

O presente artigo também vai apresentar a importância e a urgência da Educação Midiática na sociedade contemporânea, visto que vivemos hoje em uma era de desinformação e de notícias falsas. Nossa metodologia será uma revisão bibliográfica (MICHEL, 2015) sobre os estudos que regem a história (MELO, 1993) e o papel das emissoras universitárias no Brasil (MAGALHÃES, 2017) e a importância da implantação e disseminação da Educação Midiática (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020) para a leitura, a escrita e a participação responsável, reflexiva e crítica das mídias (WILSON et. al., 2013). A importância deste trabalho está na compreensão sobre o potencial da Televisão Universitária como uma ferramenta poderosa para a promoção da Educação Midiática, visando capacitar os indivíduos a se tornarem consumidores de mídia conscientes e críticos em meio à era da desinformação.

## A URGÊNCIA DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

Muito além do que estar conectada, a sociedade quer hoje fazer parte ativamente das redes sociais e digitais, onde estão também os veículos de comunicação, políticos, seus artistas preferidos, cientistas e as autoridades de praticamente todos os segmentos que possamos imaginar. “Um elemento fundamental nos esforços rumo a uma sociedade alfabetizada em mídia e informação é a educação midiática” (WILSON et. al., 2013, p. 40). Isso porque as pessoas não só querem informação rápida e fácil sobre seus assuntos de interesse, mas também se sentem no direito de compartilhar e, sobretudo, produzir conteúdo com suas impressões, opiniões e ideias. Tal comportamento poderia ser muito bem normalizado e aplaudido, já que há muito tempo fala-se da importância de um público ativo e não

passivo diante dos fatos do mundo (CASTELLS, 2003), mas o entrave nesse comportamento sugerido aqui, é a falta de conhecimento, responsabilidade e consciência cidadã da maioria da população para exercer tal prática.

A expansão do universo comunicacional deveria ter sido acompanhada com o avanço da educação para as mídias a fim de garantir uma atuação crítica, consciente e efetiva da sociedade, para que esta possa exercer sua liberdade de expressão, que é garantida em lei, de maneira responsável e cidadã. No Guia da Educação Midiática produzido por Ferrari, Machado e Ochs, as autoras destacam que na sociedade hiperconectada “ser educado midiaticamente é um pré-requisito para a cidadania e participação na sociedade” (2020, p.23).

Não é porque as crianças praticamente já nasçam dominando o manuseio da tecnologia e pouco precisem de alguém para lhes ensinar a interagir com as mídias, que as consideramos autossuficientes no ambiente midiático. A relação das gerações pós anos 1980, que cresceu em contato direto com a tecnologia e com as mídias, é ainda mais perigosa, pois o costume e a proximidade podem contribuir para a impulsividade e inconsequência na atuação, principalmente, nas redes sociais. Mas o que é ser educado midiaticamente? Primeiro é preciso entender a distinção entre saber usar as tecnologias de informação e comunicação e saber qual uso dar para tais ferramentas. Para Ferrari, Machado e Ochs (2020), o primeiro conceito significa letramento ou alfabetização digital, a segunda explicação dá conta da Educação Midiática.

O letramento digital requer competências para encontrar, selecionar e usar novas ferramentas e aplicativos à medida que as necessidades vão surgindo. Já a Educação Midiática é um conceito mais afinado com a reflexão e com as responsabilidades e oportunidades decorrentes das mensagens que recebemos e produzimos (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020, p. 30). Resumindo, o letramento digital concentra-se nas habilidades técnicas e no uso das tecnologias digitais, enquanto a Educação Midiática abrange um conjunto mais amplo de habilidades, incluindo o letramento digital, mas também envolvendo uma compreensão crítica dos meios de comunicação e a capacidade de participar de forma responsável e consciente na sociedade midiática atual.

4 O conceito de cidadão digital refere-se à ideia de que os indivíduos devem possuir habilidades, competências e responsabilidades relacionadas ao uso ético, seguro e responsável das tecnologias digitais. (RUSHKOFF, 2012).

A curadoria das informações que outrora era exclusiva dos veículos de comunicação, na sociedade conectada já é dever de cada um, e hoje em dia, saber escolher o que consumir, distinguir verdade de mentira, avaliar contexto e intencionalidade estão entre as expertises da Educação Midiática. Tais habilidades têm a capacidade de transformar o mero usuário da rede, em cidadão digital<sup>4</sup>. É nesse sentido que Jenkins (2008), discute a importância de desenvolver habilidades de participação e engajamento na cultura digital. Ele enfatiza a necessidade de os indivíduos se tornarem cidadãos ativos na sociedade midiática, capazes de se envolver de forma crítica e criativa com a produção e disseminação de conteúdo digital.

Por sua vez, a ausência de Educação Midiática pode ser mais uma forma de exclusão social imposta à sociedade, uma vez que as consequências das informações falsas, do *cyberbullying* e dos discursos de ódio podem ser avassaladoras. Cabe aqui conceituarmos o que são as informações falsas ou *fake news*, termo amplamente difundido atualmente. *Fake news* refere-se a conteúdos que propositalmente foram criados para serem falsos. Possuem a intenção de enganar e para isso imitam, muitas vezes, a aparência de um veículo de comunicação tradicional, justamente para confundir o leitor, ouvinte e espectador que já tomou aquele conteúdo como verídico a partir da plataforma onde julga que ele esteja presente. As *fake news* estão presente em uma redoma maior chamada de desinformação, que é o termo amplamente utilizado para “qualquer tipo de conteúdo falso, impreciso, tendencioso, distorcido ou fora do contexto, criado de forma intencional ou não”, como explicam Ferrari, Machado e Ochs (2020, p. 47).

Por isso, uma das primeiras habilidades exploradas no contato com o conteúdo comunicativo é saber sobre a confiabilidade dele. Quem criou tal mensagem, há evidências sobre o que está sendo comunicado, o que a mensagem quer, qual é o contexto temporal e qual o impacto positivo ou negativo da mensagem são perguntas imprescindíveis a se fazer para a análise da informação, seja ela verbal ou não verbal. Essa tarefa, outrora, era exclusivamente dos jornalistas, mas como o acesso disruptivo de muitos à produção de conteúdo, precisa ser seguido por todos. Embora, em um primeiro momento, a profissão de jornalista possa ter se sentido ameaçada, hoje sabe-se que talvez esteja no

seu momento mais importante, visto que a desinformação tem no jornalismo profissional seu maior combatente.

Wilson et. al. (2013, p. 16) chamam a atenção para o fato de que o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos estabelece que “Todo ser humano tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de opinar livremente e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios, independentemente de fronteiras”. E por este motivo a alfabetização midiática e informacional (AMI) é muito importante pois capacita os indivíduos com as habilidades essenciais para procurar e aproveitar completamente os privilégios inerentes a esse direito humano essencial.

As plataformas de comunicação e outras tecnologias de informação e comunicação (TICs) têm um efeito significativo na aprendizagem em curso, portanto, é crucial que os indivíduos possuam uma compreensão fundamental das funções da mídia e de outras fontes de informação, bem como de como acessá-las. As mídias e outros provedores de informação, como bibliotecas, arquivos e internet, são amplamente reconhecidos como ferramentas essenciais para auxiliar os cidadãos a tomarem decisões bem informadas. São também os meios pelos quais as sociedades aprendem sobre elas mesmas, mantêm discursos públicos e constroem um sentido de comunidade (WILSON et.al. 2013, p.16). Nesse contexto, a Educação Midiática surge como uma forma de capacitar crianças e jovens a aprender fora dos ambientes formais da escola e a utilizar as mídias para complementar e disseminar o conhecimento em ambientes informais de ensino. “A Educação Midiática não é uma disciplina para ensinar, mas um jeito diferente de ensinar todas as disciplinas” (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020, p. 61).

Para a difusão da Educação Midiática, Ferrari, Machado e Ochs criaram a figura 1 e destacam os três eixos que englobam as habilidades descritas pelo programa EducaMídia<sup>5</sup>: ler, escrever e participar. São preceitos básicos para o pleno entendimento, reflexão e replicação do conteúdo comunicativo. As autoras apresentam essas habilidades em formato de mandala, onde cada um desses verbos abrange objetivos específicos aos interlocutores.

<sup>5</sup> Programa do Instituto Palavra Aberta, com apoio do Google.org, que objetiva promover a educação midiática para o exercício da cidadania no século 21 (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020, p.56).

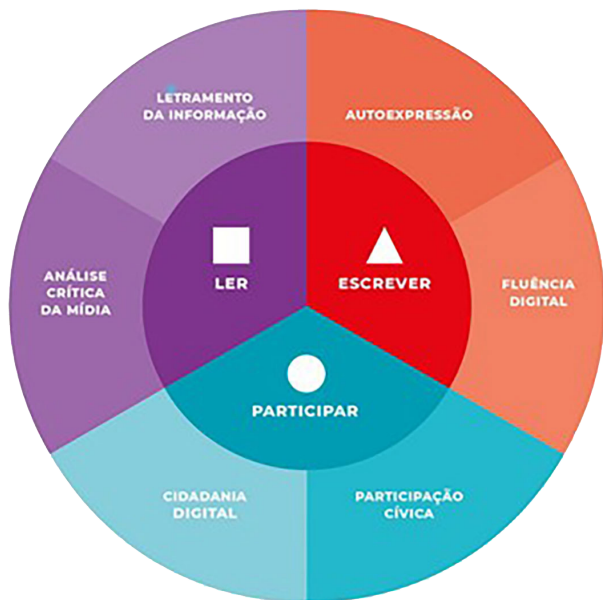


FIGURA 1. MANDALA DOS EIXOS DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA (FERRARI; MACHADO E OCHS, 2020).

Saber ler o conteúdo ao qual estamos expostos é o primeiro passo, essa habilidade engloba o letramento da informação, que é o domínio dos sites de busca, avaliação da qualidade e propósito da informação, checagem e respeito à propriedade intelectual. A leitura também envolve a análise crítica da mídia, que consiste na reflexão sobre o papel da mídia na sociedade, à liberdade de expressão e a fusão entre autor e consumidor de informação.

A habilidade de escrita compreende a autoexpressão e a fluência digital. O uso adequado das ferramentas de cada mídia, a análise da vantagem e desvantagem de cada escolha e a reflexão sobre elas coincidem com a adaptação de novas ferramentas e ao trabalho colaborativo. O desenvolvimento da habilidade de escrita na era digital implica não apenas na fluência digital, mas também na compreensão das nuances de cada mídia, na análise crítica das escolhas e na capacidade de adaptação às novas ferramentas e ao trabalho colaborativo. Essas habilidades são essenciais para uma escrita eficaz e significativa em um contexto midiático cada vez mais diversificado e dinâmico.

Participar com as habilidades da Educação Midiática diz respeito à “interação com os outros de forma segura, responsável e consciente” (FERRARI; MACHADO E OCHS, 2020, p. 61). Nesse sentido ganha destaque o combate à desinformação, ao bullying e ao discurso de ódio. A participação cívica fica evidente no uso de notícias jor-

nalísticas, documentários e engajamento em campanhas de utilidade pública. O uso de notícias jornalísticas, documentários e participação em campanhas de utilidade pública permite que os indivíduos se engajem ativamente em questões sociais, políticas e culturais. Ao utilizar essas formas de mídia, os cidadãos digitais podem se informar, ampliar sua compreensão do mundo e contribuir para a conscientização e a transformação social.

Desde a invenção da imprensa, a mídia tem sido usada como um instrumento de educação. Os veículos de comunicação disseminam o conhecimento e permitem que as pessoas aprendam novas habilidades. A mídia é usada para a educação informal, porque é um meio das pessoas aprenderem novos conceitos fora do ambiente de sala de aula que fará a diferença no seu cotidiano.

Para Santos (2013, p. 18), a escola não pode ser a única protagonista do ensino crítico do mundo. “Não podemos deixar de discutir o papel da mídia, em especial a televisão e a internet, para a formação de um cidadão crítico do mundo, pois é sabido que exercem grande influência na formação das crianças e jovens”. Ela defende o uso efetivo da mídia em sala de aula e não, apenas, como um apoio aos estudos. Mais do que utilizar as novas tecnologias, cabe à escola usar de uma abordagem social e cultural dos meios de comunicação para formação de um leitor crítico do mundo. A mídia não pode ser apenas suporte e aparato, deve ser explorada quanto narrativa e posicionamento para uma leitura cultural, econômica e política da sociedade.

Cabe ressaltar que não foi com o surgimento dos meios de comunicação e, mais recentemente, da internet que as discussões sobre um ensino informal emergiram. Carbonell (2016) abre as discussões de autores contemporâneos sobre educação em “Pedagogias do Século XXI”, livro que traz conceituações e inovações sobre as práticas pedagógicas que norteiam as relações educativas, contextualizando a educação que a criança adquire na família, na rua, na sua relação com outras instâncias. Carbonell apresenta as ideias de como o meio, o habitat natural da criança, é seu maior educador, e de como a intervenção adulta e das instituições alteram a ordem natural do processo. A sociedade da informação e comunicação multiplicou as oportunidades de ensino fora da instituição escolar, como explica Carbonell (2016, p.10), “todos somos professores e aprendizes ao mesmo tempo, e se descanoniza o papel protagonista do especialista”.

É preciso conhecimento para fazer as melhores escolhas no ambiente midiático cheio de caminhos duvidosos e armadilhas. Isso significa que os alunos podem acessar conteúdos educacionais que não estão presentes em seus livros didáticos ou em material de aula, dando-lhes a oportunidade de expandir seus conhecimentos. Além disso, os alunos podem desenvolver melhor a sua pesquisa, abordagem crítica e criatividade, tornando a sua educação mais interessante e envolvente.

### MÍDIAS NA EDUCAÇÃO E EDUCAÇÃO PARA AS MÍDIAS

Uma sociedade cada vez mais conectada pelas plataformas digitais, que são movidas pela instantaneidade e capacidade infinita de armazenamento de informações, pode se tornar refém do meio ou protagonista dele. Tudo vai depender da forma como está preparada para lidar com o uso dessa cultura digital em ascensão.

A apropriação, o armazenamento, a construção e a reprodução de forma arbitrária do conteúdo midiático podem levar a cenários altamente perigosos aos relacionamentos humanos. A desinformação e o fenômeno das *fake news* fragilizam e desestabilizam sociedades. Assim, como a mídia contribui para a democratização da informação, perpetuação do conhecimento e conexões mundiais, seu mau uso, pode ocasionar sérios problemas. A internet permite a comunicação de muitos com muitos (CASTELLS, 2003), por isso potencializou tais fenômenos a patamares inimagináveis e, agora, corre-se contra o tempo para disciplinar, educar e punir as práticas criminosas de disseminação de conteúdos falsos.

Diante dessa comunicação de muitos para muitos, a mídia faz-se vigilante dos conteúdos disseminados na internet. Castells (2003, p.159), ao analisar o contexto político e as possibilidades de divulgação midiática, reforça que “por causa da rapidez da difusão de notícias pela internet, a mídia tem de ficar de sobreaviso, e a reagir a esses rumores, avaliá-los, e decidir como noticiá-los – não pode mais descartá-los”. É a internet moldando comportamentos e ditando novas reconfigurações da sociedade. Nesse cenário em constante transformação, torna-se essencial fortalecer a educação midiática como um instrumento vital para capacitar os indivíduos a navegarem de forma segura e crítica em meio ao fluxo de informações online, promovendo uma cultura de cidadania digital responsável e consciente.

A educação midiática surge como uma urgência para a formação de crianças e jovens dentro desse contexto comunicacional que congrega texto, imagens, vídeos, memes, *gifs* e outros formatos comunicacionais. “Ao educar para o acesso qualificado às mídias e para a produção adequada de conteúdos, a escola estaria desenvolvendo o protagonismo jovem, o pensamento crítico e a cidadania plena, fortalecendo, desta forma, a democracia” (FERRARI, MACHADO; OCHS, 2020, p.9).

A sociedade é exposta a uma avalanche de informações, diariamente, sem filtros e sem limites, por isso é importante que as pessoas saibam ler o mundo nesse contexto educacional. Quais veículos de comunicação são confiáveis, em quais sites é possível fazer determinado tipo de pesquisa, como identificar uma informação incompleta ou falsa, como ler uma manchete e ter certeza da veracidade dela, como confirmar um dado estatístico, o que fazer com as informações que chegam pela caixa de e-mail, o que é preciso fazer antes de compartilhar uma notícia, como reproduzir determinado conteúdo nas redes sociais, como formar uma opinião a partir do noticiário da televisão.

A própria mídia desempenha um papel fundamental de letramento digital quanto assume para si a verificação de informações duvidosas que circulam na rede. Potencializando suas estratégias comunicacionais, que lhes dão credibilidade e poder de fala, atuam para a formação de uma sociedade capaz de ter um acesso qualificado às mídias, gerando significado e valorização do conteúdo. E segundo Dias, Morais e Pieranti (2022) diante de todas as discussões sobre as televisões universitárias, compreende-se e apoia-se o seu papel construtivo e mobilizador para promover transformações sociais na atualidade. Elas são, portanto, uma construção social e cultural, ao mesmo tempo fragmentada, plural e mutável, respeitando a constante evolução tanto do indivíduo quanto da estrutura social contemporânea.

As TVs universitárias são importantes ferramentas para promover a educação nas mídias, pois permitem a promoção de conteúdos educativos e informativos para o público. Além disso, elas também podem ser usadas para ensinar aos alunos como usar as mídias de forma responsável e consciente, ajudando a desenvolver um senso crítico para consumir conteúdos e informações de forma adequada. Assim, as TVs universitárias promovem a educação para as mídias e a mídia na educação, tornando-se instrumentos práticos para o ensino e o aprendizado.



## A TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA NO BRASIL E A INSERÇÃO DA EDUCAÇÃO MIDIÁTICA

A televisão universitária no Brasil desempenha um papel fundamental na inserção da Educação Midiática em diversos ambientes de aprendizagem. Ao aproveitar a abrangência e o poder comunicativo da televisão, as instituições de ensino superior têm a oportunidade de promover a Educação Midiática de forma ampla e acessível. A história da Televisão Universitária no Brasil se entrelaça com a da televisão educativa, já que foi com esse fim educacional, que a primeira emissora de televisão de uma instituição de ensino superior foi inaugurada em 22 de novembro de 1968 (DIAS, 2016). A Universidade Federal de Pernambuco foi pioneira na inserção de um canal universitário no Brasil, que estava à época no regime político da ditadura militar. E é por meio de programas e projetos educativos, que a televisão universitária tem a capacidade de oferecer uma abordagem crítica e reflexiva sobre os meios de comunicação, desenvolvendo habilidades de acesso, análise e produção de conteúdo midiático.

Os canais abertos de televisão são concessões públicas conferidas às emissoras pelo governo, que detém as faixas de transmissão (MELO, 1993). Tal característica era considerada moeda política, de acordo com Porcello (2020), que chamou atenção para uma ruptura nessa relação, a partir da consolidação dos programas de pós-graduação em comunicação na metade da década de 1990. Discussões, pesquisas e estudos sobre essa relação entre poder e mídia começam a emergir e a fazer do telejornalismo um lugar de referência para o debate democrático. A retomada histórica do surgimento da televisão, mesmo de modo geral, nos faz entender o papel que o gênero televisivo tem na sociedade e, portanto, como pensar formas de potencializá-lo por meio da televisão universitária.

Embora detenha um potencial gigantesco para ser fonte de informação, conhecimento e cultura, ao longo dos anos, o que mais despertou o interesse dos pesquisadores diante da televisão universitária e os motivou a escrever sobre o tema, foi a falta de reconhecimento das emissoras, incentivo e investimento. É importante destacar que mesmo ainda pouco visibilizada, a televisão universitária possui uma trajetória de crescimento constante, com dois momentos de desenvolvimento bastante significativos. O primeiro remete a criação da lei do Cabo (Lei 8.977), de 1995, que obrigou as operadoras de cabo a destinarem canais às emissoras universitárias (MAGALHÃES, 2011). Aqui cabe

ressaltar, que a primeira televisão universitária brasileira a exibir conteúdo via cabo foi a TV Campus, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). O segundo momento de grande desenvolvimento para as TVs universitárias foi entre 2009 e 2011, com o surgimento das plataformas digitais que viabilizaram a inserção dos canais na mídia, que até então dependiam de concessões ou transmissão via cabo (OLIVEIRA, 2022).

Anos mais tarde, em 2017, o Brasil registrava mais de 150 canais universitários, era considerado o país ibero-americano mais representativo nesse segmento (MAGALHÃES, 2017). Tal representatividade foi conquistada, de acordo com Magalhães, pelo empreendedorismo e inovação de suas equipes, que mesmo com poucos aportes financeiros e reconhecimento superaram estigmas e conseguiram manter a comunicação audiovisual das universidades dentro de padrões altos de qualidade.

Uma grande incentivadora e impulsionadora das TVs Universitárias é a Associação Brasileira de Televisão Universitária, a ABTU, criada em 2000. Surgiu com o intuito de reunir as TVUs para terem força e atuação política, para fomentar a expansão dos canais e promover intercâmbio de produções entre as emissoras. A ABTU é a responsável pelo Mapa 4.0 da Televisão Universitária, documento que retrata quantos canais universitários existem no Brasil, qual o perfil e a atuação deles no cenário nacional (MAGALHÃES; OLIVEIRA, 2022). Atualmente, 190 TVs Universitárias compõem o cenário audiovisual, de divulgação da ciência, pesquisa e conhecimento, produzido nas instituições de ensino superior junto às comunidades onde estão inseridas. Esse número representa 26% a mais do que no último Mapa, publicado em 2011, que foi o terceiro de um total de quatro levantamentos realizados pela ABTU.

Para Oliveira (2022) o crescimento exponencial deve-se ao advento da internet, que possibilitou a criação das WebTVUs, foram 115 canais atuando somente na internet, o que retrata que as emissoras universitárias encontraram um meio mais acessível para se difundirem, porque, conforme Oliveira, “por meio das mídias sociais, esses veículos têm à disposição diversos recursos técnicos para compartilhar os seus conteúdos e dialogar com a comunidade acadêmica e a sociedade em geral (OLIVEIRA, 2022, p.17). É mais uma obra da disseminação de informação por meio da internet, da democratização da informação e da presumida guerra pela atenção e audiência.

A Televisão Universitária está verdadeiramente presente no cenário audiovisual brasileiro, como comprova o Mapa 4.0, por isso, é necessário que se faça dela um instrumento também para a consolidação da educação para a própria mídia. Além da exibição de conteúdos educativos sobre os mais diversos temas, a televisão universitária por meio de elementos básicos do jornalismo, como a citação e escolha da fonte, checagem da informação, dados estatísticos e imagens, pode colaborar na difusão da Educação Midiática. O Guia da Educação Midiática (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020) nos direciona para o melhor caminho instrutivo para uma leitura, escrita e participação responsável e cidadã das mídias. À medida que utilizamos de estratégias de representação social presentes na mídia para dar visibilidade, legitimidade e valorização para os temas tratados no conteúdo televisivo, estamos corroborando para que o público faça uma leitura mais crítica, responsável e consciente da mídia.

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os autores discutidos no presente artigo, ressaltam a Televisão Universitária como um meio de comunicação ainda pouco explorado (MAGALHÃES, 2017), mas com um potencial significativo para a democratização da informação, o desenvolvimento do pensamento crítico e a promoção da cidadania digital. Os estudos revelam a necessidade de maior conhecimento e reconhecimento dos programas

televisivos universitários pela sociedade, bem como a busca por um modelo sólido e um projeto bem definido para maximizar o impacto desses veículos (DIAS, 2016). Além disso, enfatizam a urgência de uma Educação Midiática que prepare os indivíduos para lidar com o fluxo constante de informações e combater a propagação de notícias falsas (FERRARI; MACHADO; OCHS, 2020).

O canal universitário, por não estar atrelado a interesses comerciais e partidários, é um importante instrumento de divulgação do conhecimento científico e de temas que, na maioria das vezes, não ganham espaço na mídia tradicional. Nesse sentido, também se torna um grande aliado no contexto da Educação Midiática que ganha acelerada preocupação e atenção por parte de escolas e educadores. Vale destacar que as televisões universitárias estão cada vez mais conectadas com seu próprio público, e as redes de mídia social permitem que os telespectadores deixem seus comentários, ofereçam sugestões e até ajudem a promover o conteúdo que foi postado.

É urgente que se prepare crianças e jovens para um uso responsável, formativo e crítico das mídias, e o acesso adequado às mídias contribui para o processo formativo e cidadão. Relacionar o conteúdo de qualidade da TV Universitária com a Educação Midiática é uma forma de potencializar e unir dois campos comprometidos com a missão formativa profissional e humana da sociedade.

### REFERÊNCIAS:

AZEVEDO, CARBONELL, J. As pedagogias não institucionais: aprendizagem e educação fora da escola. In: CARBONELL, J.. Pedagogias do século XXI. Porto Alegre: Penso, 2016. p. 1-43.

CASTELLS, M. A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

DIAS, A. P. V. de S. As TVs universitárias no contexto das indústrias culturais e midiáticas: O desafio conceitual e a busca de um modelo. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades) – Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória, 2016, p. 262.

DIAS, P. R. M.; MORAIS, O. J. de; PIERANTI, O. P.. As TVs universitárias no ecossistema midiático brasileiro: cidadania e transformação social. Revista Temática. Ano 18. n. 05. maio/2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica/article/view/62864/35273>

FERRARI, A. C.; MACHADO, D.; OCHS, M.. Guia da Educação Midiática. São Paulo: Instituto Palavra Aberta, 2020.



HOOTSUITE. Digital 2022: Brasil. dez. 2022. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-brazil>. Acesso em: 05 dez. 2022.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. São Paulo: Aleph, 2008.

LELIS, M. F. Televisão Universitária: Visibilidade e Estratégias de Divulgação da TV UNESP no Facebook. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho. São Paulo, 2017. 142 p.

MAGALHÃES, C. M. Os Sinos e a TV Universitária: O Papel das IES e suas Emissoras em Tempos de Convergência. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 34, 2011, Recife. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-3132-1.pdf>. Acesso em 13 jul. 2023.

MAGALHÃES, C. M. Televisão Universitária como Ensino, Pesquisa e Extensão: 45 anos da experiência brasileira. Revista da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS, Porto Alegre, v.19, n.1, p.106-126, jan./jun.2013. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/33838/31546>. Acesso em: 24 nov. 2022.

MAGALHÃES, C. M. TV Universitária como projeto de empreendedorismo, inovação e internacionalização das instituições de ensino brasileiras. In: XL CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, 40, 2017, Curitiba. Disponível em: Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-3037-1.pdf>. Acesso em: 13 jun. 2023.

MAGALHÃES, C. M.; OLIVEIRA, R. Mapa 4.0: TV universitária brasileira. ABTU/UNB: 2022. Disponível em: <https://www.abtu.org.br/mapa-4-0>. Acesso em: 13 jun. 2023.

MELO, J. M. de. Televisão brasileira: desenvolvimento e perspectivas. In: Comunidade e Sociedade, n.19, São Paulo, SP, 1993, p. 79 - 93. Disponível em <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/CSO/article/view/8203/6647>. Acesso 13 jun. 2023.

MICHEL, M. H. Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2015.

OLIVEIRA, R. B. O boom das WebTVUs: aspectos conceituais e potencialidades interativas. In: Revista ABTU, n. 9, São Paulo, SP, 2022, p. 15-23. Disponível em: [https://www.abtu.org.br/\\_files/ugd/cdee4f\\_9fad-604d92b3424aa0ae9dc8244d9fd1.pdf](https://www.abtu.org.br/_files/ugd/cdee4f_9fad-604d92b3424aa0ae9dc8244d9fd1.pdf). Acesso em 13 jun. 2023.

PORCELLO, F. Telejornalismo e Poder: a moeda política que regula as relações de troca no Brasil. In: Estudos em Comunicação, n. 6, Porto Alegre, RS, 2009, p. 335-348. Disponível em: Acesso em 12 jul. 2023.

RUSHKOFF, D. As 10 questões essenciais da Era Digital. São Paulo: Saraiva, 2012

SCHWAB, K. A Quarta Revolução Industrial. São Paulo: Edipro, 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. UFSM, 2023. Apresentação da TV Campus. Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/tvcampus>. Acesso em 14 jun. 2023.

WILSON, C. et. al. Alfabetização midiática e informacional: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, UFTM, 2013.