

Um cenário em constante mudança: o exercício diário das TVs Universitárias da Rede Prosa

Marcus Staudt¹

Resumo

O artigo busca inicialmente expor as características das TVs Públicas no Brasil priorizando o trabalho executado pelas TVs Universitárias e as dificuldades de se atuar em um contexto de constante mudança no espaço acadêmico e de formação de futuros profissionais. A partir disto, teóricos contextualizam a evolução do meio até chegar ao momento atual de ações construídas em conjunto - em rede, como forma de colaboração e cooperação no sentido de sustentação das emissoras Universitárias. Conclui-se que cresce a necessidade e a importância de se ter a visão do diálogo e de ações pensadas, sendo executadas de maneira colaborativa e que se traduzam em redução de custos para as emissoras e ampliação de conteúdos, auxiliando no fazer diário das TVs Universitárias e consequentemente, dando um leque maior de opções para os telespectadores.

Palavras-Chave: TV Universitária. TV Pública. Rede.

Abstract:

The article aims to show the characteristics of public TVs in Brazil, prioritizing the work done by university TVs and the difficulties encountered when working in a context that is constantly changing in the academic area and in the training of future professionals. From this, theorists contextualize the evolution of the area until the present moment in the areas built together - in a network, as a way of collaboration and cooperation, in the sense to support the university stations. It is concluded that the necessity and importance of having a vision of dialogue and actions planned out is in growth, being implemented in a collaborative way and that translates into the reduction of costs for the stations and the enlargement of content, helping in the daily making of university TVs and consequently, giving the viewers a greater range of options.

Keywords: University TV, Public TV, Network

1 INTRODUÇÃO

Desde seu princípio a TV Pública no Brasil passa por constantes alterações na forma de existir, promover conteúdos e formar novos profissionais para o mercado de trabalho da área audiovisual. Imerso neste paradigma estão as TVs Universitárias, que em sua essência carregam duas características pontuais e que as diferenciam de uma emissora comercial, pois tem em seu cerne a preocupação com a formação do novo profissional que após diplomado necessitará atuar na área, e, não obstante, com a necessidade de se manter e estimular a qualidade dos conteúdos produzidos para se garantir a audiência, que por sua vez, irá assegurar o sentido do canal em ter uma grade de programação que capte telespectadores e consiga mantê-los sintonizados.

Cabe ainda, ao pensar em emissoras educativas, ter em linha de pensamento que estes canais se tornam seletos espaços para divulgação e de visibilidade da própria chancela da Instituição à qual a TV pertence, permitindo a cada exibição de uma janela na grade de programação abrir uma lacuna de possibilidades para ações e conteúdo do próprio ambiente acadêmico, assim como para a sua marca.

Ao observar-se as emissoras pertencentes as Instituições de Ensino Superior

(IES) no Brasil, pode-se sugerir que estas atividades elencadas são em suma uma realidade constante e que ao enfrentar novos desafios como a implantação da TV Digital no país, somadas as dificuldades vividas pelas IES em razão de questões financeiras, decorrentes de uma crise estrutural do Brasil, tornam o papel das TVs Universitárias cada vez mais tortuoso e delicado. Por este motivo, que espaços de dialogismo devem emergir dos meios televisivos possibilitando novos formatos de trabalhos diminuindo assim custos, promovendo a pluralidade de conteúdos e alavancando novamente as emissoras educativas.

Entre os exemplos vistos pelo país, um dos projetos pioneiros, tendo em sua essência o dialogismo e a cooperação regional entre emissoras universitárias, encontra-se a Rede Prosa, que é a Rede de TVs e Rádios pertencentes às Instituições Comunitárias de Ensino Superior (ICES), ligadas ao Consórcio das Universidades Comunitárias Gaúchas (COMUNG). Uma estrutura que tem atualmente, 13 ICES parceiras e que se retroalimentam de conteúdos produzidos em conjunto. Até o ano de 2017 já foram cerca de 130 matérias criadas de forma colaborativa em formatos de série, possibilitando estofo na grade de

programação das emissoras educativas e redução de custos em função da carga de conteúdos recebidos das outras ICES, auxiliando, inclusive, na questão financeira dos canais.

2 ELAS COMEÇARAM, NÃO QUEREM E NÃO VÃO PARAR

Tendo em vista a função dos canais universitários de formar e capacitar alunos dos cursos superiores ligados a Comunicação Social e das áreas afins, levando em consideração a qualidade do produto final que é um dos fatores fundamentais para o interesse e fidelização do telespectador, este paradigma torna-se um dos desafios das emissoras Universitárias e que irá guiá-las desde seu princípio até os dias atuais. Para se discutir o conceito e a temática da TV Universitária, é necessário registrar o fato de que, "a TV Universitária tem como característica a segmentação e a regionalização", como destaca Torves (2007, p. 98), e também considerar as questões que permeiam a legislação no Brasil.

“A Lei 8.977 de 6 de janeiro de 1995, a (Lei da Televisão a Cabo), possibilitou a implantação de novos modelos de tv. É o caso da TV Universitária, localizada nos ca-

¹ Mestre em Ambiente e Desenvolvimento (PPGAD) pela Universidade Univates (UNIVATES) e graduado em Jornalismo pela Universidade Univates (UNIVATES). Editor-Chefe da TV Univates. Coordenador da Rede de TVs e Rádios pertencentes às Instituições Comunitárias de Ensino Superior do Rio Grande do Sul (Rede Prosa). Diretor-técnico da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU). E-mail: mstaudt@univates.br

nais básicos de utilização gratuita, previsto para as Universidades e Instituições de Ensino Superior, junto com as organizações comunitárias, Câmaras Municipais de Vereadores, Assembleias Legislativas dos Estados, Câmara de Deputados e Senado Federal, mais os canais comerciais e de serviços (BRITTOS, 2001, p.167 apud TORVES, 2007, p.98).”

Outro aspecto para ser salientado e elencado, são as características dispostas para os canais universitários, algo que foi desenhado há muitos anos, na década de 90 e é discutida até hoje, isto, em razão de pontos dispostos na função das emissoras e nas suas grades de programação.

“É privada por ser mantida por Universidades e por Instituições de Ensino Superior, ao mesmo tempo deve operar com espírito público – é proibida de comercializar a sua programação e não concorre com as tevês educativas, mas não se presta a ser tele-aula. Atualmente, é muito voltada para a academia, mas já há um esforço da recém criada Associação Brasileira das TVs Universitárias – ABTU – para que este modelo de TV seja um canal importante de aproximação da Universidade com a sociedade, transmitindo conhecimento e atualizando o cidadão sobre as pesquisas que são desenvolvidas na academia. Também, há projetos de desenvolvimento de programação no sentido de oferecer ao público noticiário, entretenimento, lazer e debates críticos sobre temas que interessam à sociedade e que não são privilegiados pelas emissoras comerciais, que seguem a lógica do mercado ou do poder político. Deve manter os princípios da ética e da qualidade assim como o compromisso de elevar o nível sócioeconômico, educativo e cultural dos cidadãos (TORVES, 2007, p.98-99).”

Pena (2005, p. 207) ressalta as propriedades das emissoras universitárias:

“[...] construir-se como lugar ideal para experimentação. O que também significa ser o lugar ideal para uma discussão ética e estética do veículo, que, em última análise, possibilite uma participação democrática da sociedade e promova a cidadania.”

Porém, mesmo levando em consideração a questão de que as emissoras universitárias prezam por ofertar ao seu

telespectador programas em formatos como noticiários, entretenimento, lazer e debates com enfoque que não privilegiam os interesses das emissoras comerciais, é fundamental que haja a profissionalização destas TVs e se pense nas maneiras de subsidiar os projetos.

“O segmento de TV Universitária tende a crescer, mas para isso é necessário um trabalho institucional intenso e constante das TVs Universitárias junto às comunidades acadêmicas e reitorias. Tal esforço visa a sua profissionalização em todos os setores, mas principalmente com ênfase na sua sustentabilidade financeira. (MAGALHÃES, 2011, p. 23).”

Torves (2007, p.12), sintetiza o conceito de TV Pública como: “É chamada de pública quando não sofre ingerência governamental, tem compromissos com o interesse público e não depende de verbas publicitárias do mercado”. Outro autor, Rincón (2002, p.28) vai ressaltar ainda mais o conceito da televisão pública,

“[...] essa outra televisão chamada “pública”: a que privilegia o caráter público desse meio para superar a sua visão comercial e ganhar sua densidade como cidadã; a que nos relata como nos tornamos coletivo social. Esse interesse situa-se na relevância social, cultural e política que se atribui em nossa sociedade ao caráter “público” do serviço de televisão. [...] A televisão entra nas Nações Unidas como preocupação política. Em 1995, a Assembleia Geral da ONU declarou o dia 21 de novembro o dia Mundial da Televisão. Dessa forma, esse meio chegou à agenda institucional do que é prioritário para o desenvolvimento, a paz e a democracia.”

Porém, Rincón (2002), vai colocar em cheque a funcionalidade das tevês públicas ao escrever sobre a questão produtiva das emissoras.

“A função educativa e cultural da televisão é questionada, uma vez que não são nem os conteúdos, nem os políticos, nem os acadêmicos, os que decidem o que é educativo. Ao contrário, começa-se a projetar programas a partir das necessidades e expectativas dos públicos. (RINCÓN, 2002, p.29)”

Ainda segundo Rincón (2002, p.30), “a televisão se torna, então, um tema prioritário da agenda social e política”. Por isso é confeccionado um documento com regimentos para o segmento,

intitulado: Televisão Pública - Do consumidor ao cidadão, “na Colômbia, Jesús Martín-Barbero, Germán Rey e Omar Rincón escrevem uma declaração de princípios que imagina uma televisão pública, cultural e de qualidade”.

“A televisão pública interpela o cidadão, enquanto que a televisão comercial fala ao consumidor; A televisão pública deve ser o cenário do diálogo nacional intercultural; A televisão pública deve promover o universal, que não passa pelo comercial; A televisão pública deve deixar de se programar como uma sequência linear e curricular da escola, para ganhar o processo e o fluxo próprios das narrativas audiovisuais; A televisão pública deve fazer programas de grande impacto, que se tornem fatos sociais e mereçam ser repriados; A televisão pública deve recuperar os aspectos prazerosos, divertido, significativo, sedutor, e afetivo que promovem a televisão, a cultura e a educação; A televisão pública deve ampliar as possibilidades simbólicas de representação, de reconhecimento e de visibilidade para a construção da cidadania, da sociedade civil e da democracia; A televisão pública deve ser uma experiência cultural em si mesma, porque promove expressão, sensibilidades e sentidos; A televisão pública deve formar os telespectadores tanto no âmbito da leitura crítica das imagens como no do controle cidadão sobre as mensagens audiovisuais que são exibidas em toda a televisão; A televisão pública deve se programar e se produzir por meio de um chamado público, através de processos de alocação de espaços transparentes e participativos, coerentes com as políticas culturais de comunicação e educação de cada país, e baseados no mérito dos realizadores e produtores. (RINCÓN, 2002, p.30)”

No Brasil, Magalhães (2011, p.5) relata a questão de que todas as emissoras, independente da sua classificação, necessitam de verbas para manter a sua estrutura: “As emissoras necessitam de sustentabilidade financeira como qualquer projeto – vem da convicção de que o dinheiro ‘suja’ as puras convicções da TV Pública”. As TVs universitárias por sua vez, fazem parte desta gama de projetos considerados TVs públicas e, conseqüentemente, precisam de verbas para permanecer no ar. O mesmo autor ainda completa com o seguinte pensamento: “[...] TV Pública – segmento em que as TVs Universitárias orgulhosamente se

incluíram a partir do I Fórum Nacional de TVs Públicas em 2007”.

Outro aspecto a ser avaliado em um canal universitário e que vai compor esse cenário de desafios é a liberdade que o veículo tem para construir seus programas e produtos audiovisuais, como salienta Pena (2005, p.208): “A autonomia da instituição é pilar fundamental da estrutura. [...] cada instituição tem total responsabilidade sobre suas produções”.

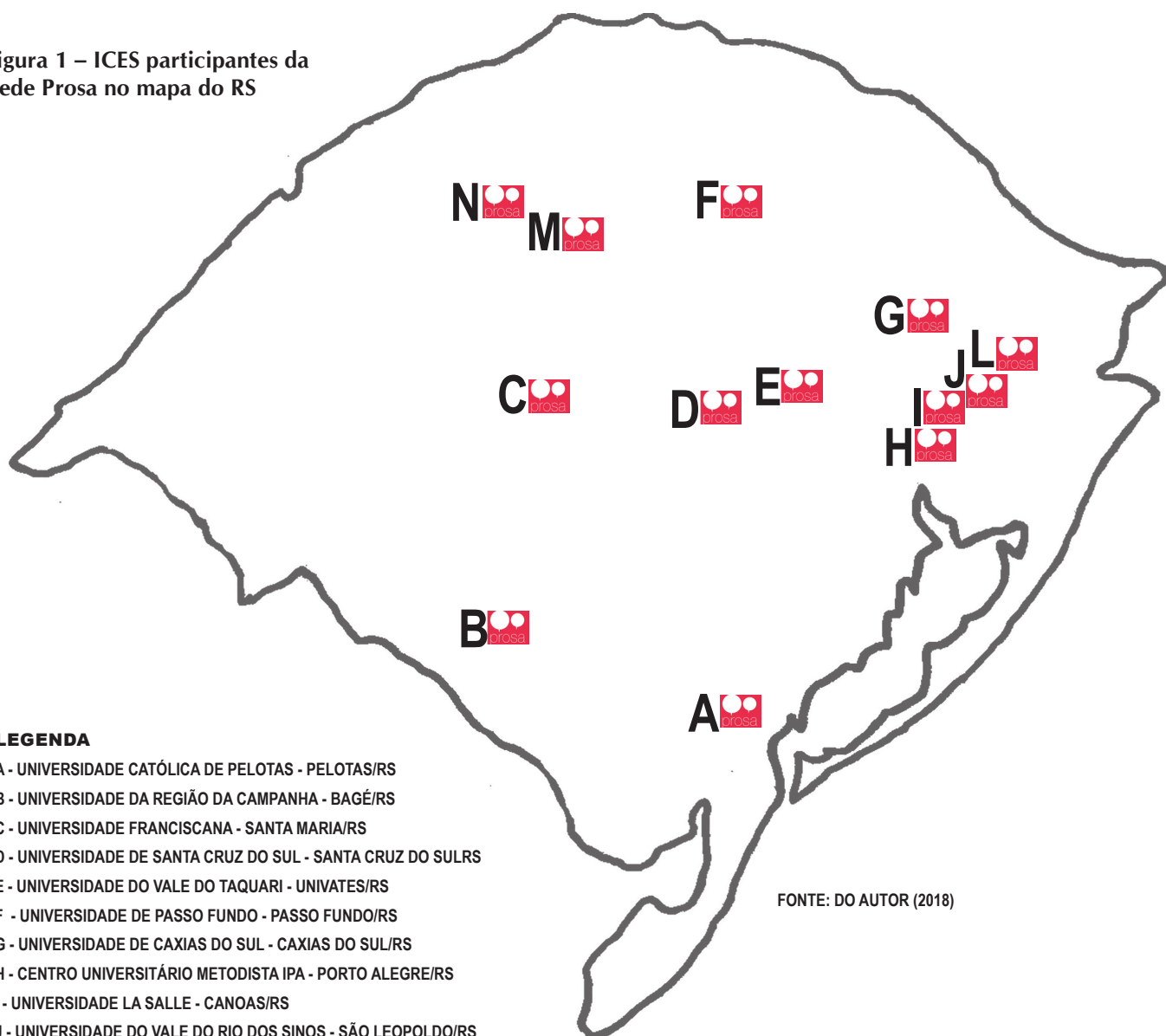
“No inciso I do artigo 3º do Estatuto da UTV está registrado que o canal deve veicular programas de natureza artística, informativa,

cultural, esportiva e recreativa. As faixas temáticas na grade de programação também viabilizam essa pluralidade. (PENA, 2005, p. 208).”

Mas quando se fala em novas possibilidades e formas de agregar valores, outra vantagem que os canais universitários têm diante das suas opções de programação são as visões diferentes do mesmo ângulo, “cada instituição de ensino tem uma leitura própria sobre os meios mais adequados para a promoção e a cidadania, o que possibilita a difusão de diversas visões sobre o tema”, explica Pena (2005, p.208). O que corrobora com a proposta de trabalhos

em rede regionalizadas como no case da Rede Prosa, onde a multiplicação de visões sobre o mesmo tema e distribuídos em diferentes emissoras de cidades distintas do Rio Grande do Sul, torna as grades de programação ricas em diversificação e também ampliam o pensamento crítico dos telespectadores, que por sua vez, tem não só mais um, mas diversos pontos de vista de um mesmo assunto já que foram produzidas 16 séries em formato colaborativo com temas que passam pautas comunitárias, socioculturais, educativas, de esporte e cidadania, entretenimento, tecnológicos-científicos, entre tantos outros.

Figura 1 – ICES participantes da Rede Prosa no mapa do RS



LEGENDA

- A - UNIVERSIDADE CATÓLICA DE PELOTAS - PELOTAS/RS
- B - UNIVERSIDADE DA REGIÃO DA CAMPANHA - BAGÉ/RS
- C - UNIVERSIDADE FRANCISCANA - SANTA MARIA/RS
- D - UNIVERSIDADE DE SANTA CRUZ DO SUL - SANTA CRUZ DO SUL/RS
- E - UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES/RS
- F - UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO - PASSO FUNDO/RS
- G - UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL - CAXIAS DO SUL/RS
- H - CENTRO UNIVERSITÁRIO METODISTA IPA - PORTO ALEGRE/RS
- I - UNIVERSIDADE LA SALLE - CANOAS/RS
- J - UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS - SÃO LEOPOLDO/RS
- L - UNIVERSIDADE FEEVALE - NOVO HAMBURGO/RS
- M - UNIVERSIDADE DE CRUZ ALTA - CRUZ ALTA/RS
- N - UNIVERSIDADE REGIONAL DO NOROESTE DO RIO GRANDE DO SUL - IJUÍ/RS

FONTE: DO AUTOR (2018)

Magalhães (2011, p.23), ainda destaca o momento que passam as TVs Universitárias e analisa as possíveis chances de crescimento do segmento, devido ao número de canais comerciais não aumentarem de forma significativa no país, o maior interesse pelos assuntos do campo público e a possibilidade de abertura do leque criativo audiovisual, com novos produtos e conseqüentemente, novos modelos de negócios que as emissoras universitárias, legislativas, comunitárias e educativas podem oferecer.

Contudo, ao se iniciar o processo de implantação da TV Digital no Brasil, somada a crise estrutural-financeira do país, os canais das IES tornam-se fragilizadas por um período conturbado em que passam pelo antagonismo de ao mesmo tempo, terem mantenedoras com baixos recursos orçamentários para investimentos e concomitantemente a este fato, terem a necessidade de readequação de parte de equipamentos para exibição de suas grades de programação. Isto, fatalmente, lhes dá uma condição delicada de operacionalidade. Magalhães (2011, p.5), antes do processo de digitalização, já relatava a questão de que todas as emissoras, independente da sua classificação, necessitam de verbas para manter as suas estruturas.

“A televisão “gratuita” mantida pelos anunciantes ainda desloca prioridades e incentivos de mercado para longe do interesse do telespectador. O cliente não é mais o telespectador; é o anunciante. (WELLS, 2006, p. 115 apud ROTHBERG, 2011, p.2)”

Cabe a ressalva que são em épocas de crises que se fazem fundamentais as alternativas para se superar o período de ônus, por isto, surgem experiências de redes regionais que ganham força e sustentam esperanças de a partir do apoio, da cooperação e da colaboração, recriarem-se possibilidades de superação de fases turbulentas como as atuais.

Assim, em meados de junho de 2011 emerge uma nova proposta de trabalho colaborativo, norteado pela cooperação e que busca em sua essência a integração das emissoras universitárias comunitárias gaúchas. A ideia concretizada em novembro de 2012 institui uma nova rede, que surge da vontade de se fomentar novos conteúdos e de se criar um elo representativo. Dessa coletividade emana a Rede Prosa. E, como toda nova proposta, inicialmente ela surge em uma conversa, e por se tratar de um bate-papo típico Gaúcho, em uma dita: prosa. (STAUDT e KIRST, 2017, pg. 2-3)

Então (Staudt e Kirst, 2017), afirmam que a experiência vivida no Rio Grande do Sul, na Rede Prosa, “tem como meta continuar o trabalho de aproximação das emissoras universitárias no estado e fomentar o desenvolvimento em conjunto”. A iniciativa da construção em rede com um caráter regional torna-se fundamental para todos que estão de uma forma direta ou indireta ligados ao que se produz, ou seja, os veículos de comunicação institucionais são excelentes possibilidades de projeção para suas próprias instituições, potencial já tem, precisam ser lapidados com base no dialogismo entre as IES.

“Logo, esses mesmos veículos ainda se tornam capazes de disponibilizar a todos os públicos envolvidos informações de seu interesse, bem como cumprirem seu papel de catalisadores de debates e transformações sociais, com um olhar local e envolvimento global. Tendo em vista a função dos veículos universitários de formar e capacitar alunos levando em consideração a qualidade do produto final que é um dos fatores fundamentais para o interesse e fidelização do público. (STAUDT e KIRST, 2017)”

Mesmo que em caráter experimental, atuações em redes ditas menores, por atuarem em campos geográficos regionais, demonstram que o fator regionalização torna-se um potencializador para a sustentabilidade das emissoras, afirmam (Staudt e Kirst, 2017), “a busca por recursos próprios oriundos da rede mostra-se algo extremamente viável pelo potencial que possuem e pelas chancelas que apresentam em um movimento coeso e, principalmente, por terem fortes influências comunitárias onde estão inseridas”.

“Essa rede é uma espécie de mecanismo, o meio, para transformar os veículos universitários. Somam-se forças para disseminar a informação e moldar o comunicador além de trazer conteúdo diversificado culturalmente para a sociedade e projetar, mesmo que a longo prazo, uma sustentabilidade financeira para as emissoras de TVs e rádios do COMUNG. (STAUDT e KIRST, 2017)”

E é neste contexto de cooperação que hoje sustentam-se projetos que deslumbrem a consolidação de longo prazo, pois em um ambiente de crise as possibilidades de pilares tanto para produção de conteúdo, como troca de informações, capacitação em conjunto, estofo para grades de programação, entre outros, permeiam-se como vantagem no trabalho de colaboração entre as emissoras Universitárias para dar a sustentação necessária

para superar estes períodos conturbados estruturais-financeiros.

3 TRUNFO: A COLABORAÇÃO

Para haver sustentabilidade, exige-se a cooperação. Em quaisquer processos das emissoras Universitárias, seja desde a produção de conteúdos, distribuição ou até mesmo a gestão dos canais, se faz necessário um trabalho em rede, de cunho dialógico. Esta é uma das únicas alternativas em períodos de crise para se conseguir continuar atuando e explorando conteúdos diversificados.

Neste artigo após a contextualização da televisão pública, pegando como foco norteador as TVs Universitárias, pode-se perceber a importância de atividades realizadas em rede, como é o exemplo da Rede Prosa no Rio Grande do Sul. Um espaço de troca de conteúdos e experiências para valorização das emissoras, dos produtores de conteúdos e estudantes, como também da diversificação de temas para o telespectador.

Evidentemente que quando neste artigo cita-se: sustentabilidade, torna-se praticamente um termo utópico se não estiver associado na totalidade ao seu efeito de construir independência financeira, algo improvável de ser pensado atualmente para o ambiente das TVs Universitárias, no entanto, é importante se ter a visão e a certeza de que com o uso do diálogo e de ações pensadas e executadas de maneira colaborativa, é possível, ao menos inicialmente, conseguir reduzir custos e a ampliação de conteúdo, auxiliando no fazer diário das emissoras.

O grande ponto a ser analisado de forma crítica é a compreensão e a tentativa de criar pontos de convergência para conseguir se atuar com os mesmos propósitos nas diferentes IES, já que cada Instituição possui diferentes formas de abordar e executar seu planejamento.

Neste contexto, torna-se fundamental que os responsáveis pelo desenvolvimento das emissoras trabalhem em prol destes elos, fazendo com que cada vez mais as IES e conseqüentemente, as TVs Universitárias, se conscientizem desta realidade. Este processo tornará possível as trocas mútuas entre as emissoras com um único propósito, a busca pela projeção destes canais com o seu desenvolvimento em um caminho que opere para a sustentabilidade não só financeira mais também estrutural do segmento.

REFERÊNCIAS:

CONSÓRCIO DAS UNIVERSIDADES COMUNITÁRIAS GAÚCHAS (COMUNG). **Sobre o COMUNG**. Rio Grande do Sul, 2014. Disponível em: <<http://www.comung.org.br/sobre/exibir/comung>>. Acesso em: 04 abr. 2018.

BRASIL. **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_03/leis/L8977.htm>. Acesso em: 04 abr. 2018.

_____. **Lei nº 12.881, de 12 de novembro de 2013. Dispõe sobre a definição, qualificação, prerrogativas e finalidades das Instituições Comunitárias de Educação Superior - ICES, disciplina o Termo de Parceria e dá outras providências**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm>. Acesso em: 04 abr. 2018.

MAGALHÃES, Cláudio M. **TV Universitária e sustentabilidade**. São Paulo: Anadarco Editora, ABTU, 2011.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

STAUDT, Marcus. KIRST, Sandro. Rede prosa: uma experimentação colaborativa de TVs e rádios das ICES. **Revista ABTU - TV Universitária + TV Pública**, Fortaleza: Unifor, v.4 - ISSN: 2318-4566, p.47-51, 2017.

RINCÓN, Omar. **Televisão pública: do consumidor ao cidadão**. São Paulo: Proyecto Latinoamericano de Medios de Comunicación, 2002.

ROTHBERG, Danilo. **Jornalismo público: informação, cidadania e televisão**. São Paulo: Unesp, 2011.

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