

# TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA, RECEPÇÃO E IDENTIDADE: AS REPRESENTAÇÕES CULTURAIS NA TELEVISÃO UNIFOR

Helena Cláudia Fernandes dos Santos,<sup>1</sup> Fernando Alberto Torres Moreira,<sup>2</sup> Adriana Helena Santos Moreira Silva<sup>3</sup>

## Resumo

O presente artigo tem como proposta refletir sobre a Televisão Universitária e a representação das identidades culturais para seus públicos. Estabelece para esse estudo, um olhar sobre a proposta da TV Unifor, emissora da Universidade de Fortaleza, no estado do Ceará, instituída em agosto de 2005. O recorte de estudo da programação vai de 2018 a 2020. Vislumbra-se, desse modo, averiguar como se dá a recepção da programação da emissora em seus conteúdos pelos atores sociais, considerados partícipes dessa construção. Busca-se perceber ainda, como a concepção de cultura que a grade de programação propõe repercute para a comunidade acadêmica e como essa a identifica. Definem-se como base para esse trabalho os Estudos Culturais com o intuito de iluminar as reflexões aqui pontuadas. Adota-se essa perspectiva a partir das ponderações surgidas nesse campo, de forma organizada, no dizer de Ecosteguy (2001), por meio do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), na Inglaterra, fundado por Richard Hoggart, estudioso da Universidade de Birmingham em 1964. Constroem-se a partir daí uma trajetória constante de leituras e articulações concretizadas posteriormente por diversos pesquisadores do tema.

**Palavras-chave:** Cultura; Representações Culturais; Identidade; Televisão Universitária; Comunidade Acadêmica.

## Abstract

This article proposes to reflect on University Television and the representation of cultural identities for its audiences. For this study, it establishes a look at the proposal of TV Unifor, a broadcaster from the University of Fortaleza, in the state of Ceará, established in August 2005. The scope of study programming goes from 2018 to 2020. In this way, it is possible to find out how the reception of the station's programming in its contents by social actors, considered participants in this construction, takes place. It also seeks to understand how the conception of culture that the programming schedule proposes has repercussions for the academic community and how it identifies it. Cultural Studies are defined as the basis for this work in order to illuminate the reflections pointed out here. This perspective is adopted from the considerations that emerged in this field, in an organized way, in the words of Ecosteguy (2001), through the Center for Contemporary Cultural Studies (CCCS), in England, founded by Richard Hoggart, a scholar at the University of Birmingham in 1964. From then onwards, a constant trajectory of readings and articulations was built later on by various researchers on the subject.

Keywords: University television. Television. UnBTV. Social networks. Youtube

## Introdução

O desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) trouxe mudanças profundas para toda a

sociedade, inclusive às televisões universitárias. Hoje em dia, essas emissoras precisam pensar as suas atividades tanto no modo analógico quanto no modelo digital e na internet, considerando o período de transição. Essa perspectiva representa grandes

desafios estruturais, incluindo o planejamento, o entendimento de público com o qual se dialoga, os meios adequados de difusão e trocas de mensagens, assim como estratégias de elaboração das linguagens. Os dados indicam que as TV's universitárias

1 | Professora do Curso de Jornalismo, Administração e Marketing da UNIFOR, mestre e doutora em Ciências da Cultura da UTAD. Pesquisadora da área de TV's Universitárias. E-mail: helenaclaudia@unifor.br

2 | Professor catedrático e investigador principal na UTAD. E-mail: fmoreira@utad.pt

3 | Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, mestre e doutoranda em Ciências da Cultura da UTAD. Pesquisadora da área de Cultura e desenvolvimento. E-mail: adrianahele-na@unifor.br

indicadores relacionados à audiência e ao retorno financeiro. Nesse contexto, entende-se necessário conhecer o conteúdo programático das Televisões Públicas brasileiras, a partir de fontes como as publicadas pelas associações do meio específico e outros espaços de averiguação validados, à época de sua implantação, com ênfase na TV Cultura, instalada em 1960. Apontam-se quais os fatores indicadores que permearam seu posicionamento a partir de vetores e ou valores culturais relevantes para construção de significados nesse meio.

Nessa trajetória, voltada à instituição de televisões brasileiras públicas, especificamente, instaurou-se a Televisão Universitária, a partir da Lei do Cabo, 1995, atualizada depois como Lei do Serviço de Acesso Condicionado - Lei Federal 12.485 de 2011 (BRASIL, 2011). Criada pelo governo do Brasil tem, como intuito, dar vazão às informações, pesquisas e estudos gerados na Universidade, entre outras instituições, propagadas no âmbito público e privado, com pouca visibilidade para a sociedade. Assim, as Televisões das Assembleias Legislativas, das Câmaras Municipais, das Representações Comunitárias, das Universidades públicas e particulares são exemplos das instituições contempladas. Essas emissoras priorizam, ainda agora, a produção e exibição de conteúdos educativos, tendo a cultura como princípio e objetivo.

Como dito, tais emissoras utilizam-se de canais concedidos no âmbito fechado das Televisões por cabo, salvo exceções. A partir de interesses comuns nesse aspecto, a TV Universitária, preferencial-

mente, difunde o saber científico que tem como nascedouro a Universidade. Essas fontes qualificadas de discursos disseminam os saberes, entre outros procedimentos, por meio das redes integradas de conteúdo, utilizando-se das plataformas digitais como espaço de convergência e escoamento de informações. Outros processos são adotados nesse sentido, como parcerias realizadas com Televisões consideradas educativas ou direcionadas a esse fim. (SANTOS, 2021)

Nessa pesquisa, leva-se em conta, ainda que com menos vigor, mas considerando a relevância do tema, a capilaridade e abrangência desses discursos por meio das plataformas digitais, considerando-se o volume de informações ali depositadas e assimiladas, bem como outras tendências de leituras, por vezes desordenadas do conhecimento e com a mesma acessibilidade.

Remete-se, portanto, ao pensamento de Lipovetsky e Serroy (SANTOS et al, 2018), ao apresentarem a cultura-mundo como civilização ou uma intenção de estabelecer uma ordem mundial mais humanizada. Para o fortalecimento desta civilização é destacada a constituição de uma cultura geral, transformando o que não é mais que um amontoado desordenado de informações em um conjunto de conhecimentos e de valores compartilhados. Junte-se a essas iniciativas, segundo os autores, o revigoramento das universidades no que elas possuem de mais significativo para a formação da consciência crítica, restituindo-lhe sua missão primeira e insubstituível: formar o homem.

Por esse ideário, pretende-se referenciar o Projeto RITU, Rede Integrada de Televisão Universitária, ligada à Associação Brasileira de Televisões Universitárias, ABTU, como estrutura de circulação das noções que colaboram e incitam à flexibilidade, descentralização e acessibilidade à cultura, entre outros fatores, oriundos do ambiente acadêmico, pois se acredita que nesse espaço de fruição e compartilhamento o caráter diversificador da cultura também se evidencia (ABTU, 2021). Nestes termos, o presente estudo parte da noção de que a cultura é codificada tendo em vista a diversidade, como afirma Schneider:

“Cultura é um sistema de símbolos e significados. Compreende categorias ou unidades e regras sobre relações e modos de comportamento. O estado epistemológico das unidades ou “coisas” culturais não depende da sua observabilidade: mesmo fantasmas e pessoas mortas podem ser categorias culturais”. (SCHNEIDER apud LARAIA, 2008: 62).

A esse respeito, Geertz (2001) considera que os símbolos e significados são partilhados pelos atores (os membros do sistema cultural) entre eles, mas não dentro deles. Para o autor, estudar cultura é estudar um código de símbolos compartilhados pelos membros dessa cultura, sendo a interpretação de um texto cultural sempre uma tarefa difícil e vagarosa.

Considerando-se os Estudos Culturais, linha de estudos prioritários nessa pesquisa, Johnson (2000) discorre sobre uma grande divisão,

teórica e metodológica que permeia o campo desses estudos. Para o autor existem formas de compreensão diferentes, ou seja, aqueles que insistem que as “culturas” devem ser estudadas como um todo e, in situ, localizadas em seu contexto maternal. Nesse sentido essas preferências são, portanto, “[...] recriações sociais-históricas de culturas ou de movimentos culturais, ou por descrições culturais etnográficas, ou por aquele tipo de escrita (por exemplo, autobiografia, história oral ou forma realista de ficção) que sejam capazes de recriar experiências socialmente localizadas” (JOHNSON 2007, p. 42).

Por outro lado, o autor citado refere-se aos que enfatizam uma independência relativa ou uma autonomia efetiva das formas e dos meios subjetivos de significação: “[...]A teoria prática é, aqui, usualmente estruturalista, mas de uma forma que privilegia a construção discursiva de situações e de sujeitos. O método preferido consiste em tratar as formas de um modo abstrato e, algumas vezes, bastante formalistas, desvelando os mecanismos pelos quais o significado é produzido na linguagem, na narrativa ou em outros tipos de sistemas de significação” (JOHNSON 2007, p 42)

Nesse aspecto, O’ Sullivan (2001) propõe que a direção tomada pelos Estudos Culturais foi influenciada pela tentativa de descolonizar o conceito herdado e criticar sua tendência em suprimir o próprio papel de reproduzir desigualdades de classe e outras categorias. Para o autor, os Estudos Culturais têm desenvolvido um campo de trabalho que procura

recuperar e recolocar as culturas de grupo até então negligenciadas: “Inicialmente, isso significava dar atenção ao desenvolvimento histórico e às formas de cultura da classe trabalhadora, além de analisar as formas contemporâneas da cultura popular e da mídia” (O’SULLIVAN, 2001, p.101).

Por sua vez, Sodré (1996) remete à ideia de cultura como representação ou memória coletiva da experiência histórica da democracia política – suas afirmações, suas contradições – modificadas no cenário social da modernidade tardia, em que a atitude e o comportamento democráticos se refletem organicamente em todos os campos da existência cotidiana do socius. Nesse caso, a tendência é converter-se em fenômeno de senso comum.

Essa transformação é, para o autor, uma mutação cultural. Aqui, cultura é o conjunto dos instrumentos de que dispõe a mediação simbólica (língua, leis, ciências, artes, mitos) para permitir ao indivíduo ou ao grupo a abordagem do real. Sendo assim, os instrumentos considerados culturais são “equipamentos” coletivos ou grupais, postos à disposição de todos. Percebe-se, portanto, que o acesso, adaptações, leituras e percepções do considerado real, resvalam e progridem numa esfera ampla e dinâmica, ela circula apartada da estagnação.

Percebeu-se oportuno mencionar, nesse contexto da percepção na circulação das informações, a ideia de deslocamento, processo pelo qual a importância ou significado de algo se desloca ou transfere-se para qualquer outra coisa, seme-

lhante a uma transposição metafórica. Mattelart, e Neveu (1997) sugerem que um dos fatores chave nesta orientação se refere a uma redefinição das modalidades de análise dos meios de comunicação social.

Os autores propõem que, quando validada uma mudança no início da década de 80, se firmou uma crescente atenção à recepção dos meios de comunicação social, tratando de operacionalizar modelos como o da codificação-decodificação. Neste sentido, vão se definindo novas formas de críticas dos meios de comunicação. Iniciou-se, portanto, a aplicação de pesquisas que ajustam análise de texto com pesquisa de audiência. São elaborados estudos de recepção massivos, principalmente os que dizem respeito aos programas de televisão. Para Ecosteguy (2001) todos estes estudos tratam de dar visibilidade à audiência, isto é, aos sujeitos engajados na produção dos sentidos. A autora pontua que existe um redirecionamento no que se refere aos protocolos de investigação que passam a dar atenção ampliada ao trabalho etnográfico.

A esse respeito, nas palavras de Ecosteguy e Jacks (2007), considera-se a importância que a etnografia adotou nas análises de recepção, relevante nesse estudo aqui proposto, funcionando como jeito de tornar relativos os achados da tendência anterior marcada pela crítica ideológica e necessitam ser avaliados.

A ênfase na orientação de análise dos meios de comunicação de massa – a recepção – é dada mesmo em um recorte dirigido a

uma Televisão Universitária considerada de menor abrangência, pois se tem a finalidade de refletir sobre a comunicação mediática como princípio no cerne do espectro proposto pelos Estudos Culturais.

A partir dessas considerações e linhas de pensamento, pretende-se analisar o escopo que define a linha editorial da Televisão Unifor, a percepção da audiência universitária, a recepção, identificação e usos dos conteúdos ditos culturais, suas representações, o olhar diferenciado e debruçado sobre as variadas percepções de mundo na realidade especificada. Esses compõem os fatores propulsores dessa investigação.

Nesse sentido, a pesquisa é estruturada tendo como material de observação e avaliação de dezesseis programas concebidos principalmente pelos alunos de Comunicação e suas habilitações, tais como, jornalismo, cinema e publicidade, no caso especificado, bem como o aporte e orientação de um grupo de professores orientadores de várias áreas do conhecimento, em contributo a essas práticas. A TV Unifor exibe, num período de 24 horas, programas de temas diferenciados, como saúde, esporte, meio ambiente, artes plásticas, música, informativos, documentários, entre outros.

Os impactos desses interesses incluem análises, pesquisas, estudos no meio acadêmico, entre outros espaços de reflexão. Desde seu surgimento, a televisão, para alguns teóricos, aparece como um meio de entretenimento sem valor, desprovida de conteúdos que incitasse reflexões, portanto, rasa, superficial. Aos poucos, a partir do

próprio meio universitário, ela toma espaço e fôlego. Os estudos sobre a televisão se destacam nas pautas acadêmicas. Uma nova obliquidade é tratada pelos estudiosos ao perceberem, acredita-se, a televisão, ela mesma, como fator transformador de comportamentos, de compartilhamentos, percepções, modo de ver o mundo já globalizado.

A televisão torna-se um produto cultural que dialoga com a sociedade, repercute, replica, inicia processos valorativos impingindo conteúdos robustos. Ela se manifesta de forma a propagar por meio de seus conteúdos, a cultura de outros sítios, dando assim visibilidade a diferentes formas de pensar, significar e representar seus traços.

Busca-se apresentar a TV Universitária como um modelo de fazer audiovisual crescido no interior das Universidades, como se desenvolve, a partir de incentivos diversos e reconhecimento da própria academia e ainda, como a Universidade se apropria dos conteúdos ali gerados com repercussão nos seus pilares de sustentação: ensino, pesquisa e extensão.

Há a intenção de iluminar os arcabouços culturais ali constituídos resultando como na abordagem de como o público universitário se identifica com o conteúdo exposto na grade de programação da emissora universitária da Unifor. Pretende-se, desse modo, compreender qual a visão de cultura que espelha essa audiência, e se há um consenso sobre o que cultura, nessas circunstâncias, significa.

Para tanto, fez-se necessária à análise da recepção e percepções

que os universitários, professores e funcionários da Universidade de Fortaleza, de acordo com o recorte pretendido, apreendem das representações inseridas na programação oferecida. Indaga-se se essas representações são diferenciadas por se darem em um contexto acadêmico. Esse argumento se incorpora à necessidade de traçar uma metodologia científica aferindo crédito a presente pesquisa.

A análise deste recorte faz referência à lista de produtos culturais (programação), seus bens simbólicos e suas representações, considerando-se como potenciais receptores os 25 mil alunos da Universidade de Fortaleza, mais funcionários e professores que compõem esse coletivo. Considera-se o público referido, pois se trata da audiência mensurável, já que a Televisão Universitária é exibida, preferencialmente, nos canais a cabo que não realizam pesquisa dessa natureza e sua acessibilidade ainda é limitada. Neste ponto, apresenta-se a grade de programas oferecida pela TV Unifor. Analisa-se aqui a estrutura de conteúdo supostamente cultural do material audiovisual ali depositado. Buscou-se, em consequência, a compreensão da recepção da audiência delimitada no que diz respeito ao impacto e relevância que os conteúdos disponibilizados conduzem.

É nesse contexto que se passa a identificar as principais correntes e/ou modelos teórico-metodológicos apresentados por pesquisadores latino-americanos como Barbero (1988), Ecoteguy (2001), Ecoteguy e Jacks (2007), Rubim e Ramos (2008), e alguns europeus, como Jensen e Rosengren (2019). Outros autores trouxeram luz a esta



pesquisa, obviamente pelas contribuições fundamentais nas especificidades colocadas, como se verá no decorrer desse estudo, com o intuito de levar às formas de compreensão do Mesmo e do Outro, das identidades, alteridades e complexidades, no exame das representações, no compartilhamento de conteúdo por meio da Televisão Universitária que fundamentam as interações entre cultura e comunicação, recepção, representação, identidade.

A TV Unifor, integrada ao canal universitário 14 da NET, de sinal fechado, por meio da Lei do Cabo e ligada inicialmente à Vice-Reitoria de Extensão. Em 2014 a emissora passou a fazer parte da Diretoria de Comunicação e Marketing por orientação da Chancelaria. Segundo a direção superior da UNIFOR, a TV Unifor funciona, em primeira instância, como laboratório para estudantes das áreas de Publicidade e Propaganda, Jornalismo, Cinema e Audiovisual da IES, proporcionando ao discente um conjunto de práticas e iniciativas na consolidação de um espaço de aprendizagem, traduzido em um exercício de experimentação e de aplicação de conhecimentos constantes.

A UNIFOR disponibiliza toda sua estrutura de audiovisual a serviço dos estudantes, a fim de que tenham uma experiência prática pautada pela qualidade na produção dos programas, pela resposta constante do telespectador às suas produções, pelo rigor e velocidade na elaboração da informação e pela responsabilidade social embutida em cada uma dessas etapas.

Segundo Barros Filho (2017), fazer televisão significa envolver e

envolver-se ativamente com a sociedade, buscando entender suas necessidades e transformando a Televisão em um meio de discussão e difusão de saberes. A autora pontua que a TV Unifor tem, como princípio, traduzir o pensamento crítico, próprio do mundo acadêmico, pluralista e respeitoso das diferenças nacionais, regionais, locais e étnicas, para os mais diferentes setores do social.

Desse modo, prática laboratorial é defendida, preocupada com o crescimento da cidadania, destacando em sua programação o debate de ideias heterogêneas, contribuindo com a sociedade no amadurecimento de questões que formem condignamente o cidadão. Nesta perspectiva pode, assim, cumprir com a sua função de ensino e aprendizagem, comum a todas as Televisões Universitárias, mantendo compromisso com a informação e difusão do conhecimento, com destaque para o jornalismo informativo e cultural, assegurando o permanente debate de ideias, contemplados nas mais diferentes visões de sociedade, traduzidas em suas mais diversas atrações.

A partir de pesquisa realizada por essa pesquisadora (2010-2020), percebe-se que a proposta de gerenciamento da TV Unifor foi se modificando em termos de estrutura, modelo de programação e propagação de conteúdo.

A TV Unifor foi inaugurada, há 15 anos, com uma programação reduzida, composta por cinco projetos audiovisuais: Panorama; Palavrado; Mostra de Ideias; Interprogramas, Ceará Selvagem e Documentário.

Considera-se oportuno ressaltar aqui a emergencial instalação da emissora. Segundo informações coletadas junto ao Vice-Reitor de Extensão da UNIFOR, Randal Pompeu, o ritmo adotado pelos professores e técnicos, alunos da emissora se deu de forma objetiva e acelerada. O projeto foi posto em prática em apenas cinco meses, partindo da elaboração, apresentação, avaliação, levantamento de custos e aprovação, até sua primeira exibição oficial, no dia 1º de agosto de 2005. Era urgente a introdução das atividades em meados do segundo semestre daquele ano, em função dos acordos necessários para manutenção e funcionamento da TV, entre o Canal 14 da NET (Lei do Cabo) e a UNIFOR. Os trâmites burocráticos e técnicos exigiam tempo hábil para sua instalação.

Pode-se perceber, portanto, as limitações relativas à grade de programação, com muitas repetições e opções pouco atrativas, como as listas de cursos oferecidos pela Universidade, corpo docente, entre outras informações básicas. Todo o material audiovisual antes produzido pelo Curso de Comunicação foi aproveitado, na tentativa de diversificação da emissora iniciante, estratégia utilizada por várias Televisões Universitárias no Brasil. Mesmo assim, a questão da qualidade do conteúdo e do formato dos trabalhos parecia insuficiente.

Nesse contexto, entende-se que a programação da TV Unifor foi forjada, ao longo dos últimos quinze anos, sob alicerce laboratorial, seja da sala de aula dos cursos de comunicação ou das propostas idealizadas para consecução na



própria emissora, tendo vista as condições precárias em termos técnicos, bem como a inexperiência de gerenciamento no projeto inusitado e emergencial para os professores pioneiros. Apresenta-se, em seguida, a lista dos primeiros programas realizados pela equipe original de professores e alunos do Curso de Comunicação, a título de dar conhecimento aos temas enfatizados em seus conteúdos, sempre baseados nos valores culturais da região Nordeste brasileiro. Em seguida, inclui-se os novos temas e projetos que emergem à medida que a emissora toma corpo, visibilidade e espaço.

## Programas pioneiros e novas possibilidades

*Panorama* é uma revista eletrônica semanal que aborda assuntos variados de interesse da comunidade, privilegiando peculiaridades da cultura cearense.

O *Ceará Selvagem* se constitui como um documentário sobre a diversidade da fauna e da flora existente no Ceará, em especial em áreas mais inóspitas como o seu sertão, em sua interação com a cultura local.

O *Mostra de Ideias* divulga projetos institucionais que abarcam não só o ponto de vista da IES sobre a sua ação na comunidade, mas, conta com a contribuição e opinião de especialistas sobre o assunto em pauta e da própria população beneficiada. A pesquisa é contemplada neste contexto e posta de forma acessível à disposição da sociedade.

O *Palavreado* apresenta um formato mais dramático, no sentido

teatral de sua proposta. Os alunos usam humor e ironias para aprofundar questões muitas vezes complexas, dando assim uma cobertura mais flexível ao tema discutido.

Em 2006, segundo documentos da TV Unifor, acrescentam-se na grade os programas: *Diálogos Políticos*; *Cineclube*, *TV Unifor Esportes*; *Quem conta um conto*; *Lê pra mim* e *Ato Clássico*.

*Diálogos Políticos* é um programa de debate sobre temas do interesse da sociedade, a partir de matérias evidenciadas na imprensa local e nacional.

*Lê pra mim* é um programa de contação de histórias infantis baseadas em contos de literatos. Geralmente, solicita-se autorização do autor e usa-se o próprio livro, com seus textos e ilustrações.

*Quem conta um conto* parte da narração de contos, poemas e historinhas, escritas e interpretadas por professores, alunos ou convidados.

Em 2007, adicionaram-se a este elenco os programas *Dois Pontos*; *Curta Ceará*; *Vivências e Pensando Direito*. Em 2008, entra no ar, *Papo Saúde* e *Arte.doc*.

No *Curta Ceará* se apresenta um curta-metragem na íntegra e, a posteriori, são feitas entrevistas com o seu realizador. Mais uma vez se privilegia a produção local, seus realizadores, técnicos e atores.

*Parada Musical* é um programa de entrevistas com músicos ou estudiosos da música que conversam com o apresentador sobre um gênero, movimento ou estilo musical. É um programa ilustrado por

imagens e sons que reproduzem o gênero musical em pauta.

*Vivências* propõe uma aproximação entre as vidas privadas de certos indivíduos e o desenvolvimento de determinada área ou setor de importância para o estado, através de história de vida contada pelo próprio entrevistado.

*Pensando Direito* é um programa jornalístico que trata de esclarecer a comunidade sobre serviços e direitos públicos.

Em *Dois Pontos* se assiste a uma entrevista com especialistas, em especial, da área literária a partir da leitura de trechos de seus trabalhos, que norteiam a conversa.

*Arte.Doc* é um programa de documentários sobre vida e obra de artistas plásticos cearenses e brasileiros. O projeto prima pela fotografia e os recursos da linguagem audiovisual, com ângulos e movimentos de câmera, pois agrega valor a obra de arte retratada.

Em 2009, surge o *Pense Verde*, uma mescla de matérias jornalísticas e entrevistas relacionadas ao meio ambiente, ecologia, natureza, sustentabilidade, que conta com a presença de especialistas e da população em geral. Em 2010 e 2011 respectivamente, acrescentam-se à grade o programa *Anônimos*. Em *Anônimos*, através de entrevistas in loco, pessoas comuns contam sua história de vida, permeadas por construtos personificados, exemplos singulares que ganham viés amplo e coletivo, ao se perceber em outras circunstâncias e temas, fatos que se assemelham. No *Ato Clássico* apresenta espetá-

temas, fatos que se assemelham. No *Ato Clássico* apresenta espetáculos teatrais, musicais e de danças, gravados no Teatro Celina Queiroz ou no campus universitário (palco, ele mesmo, de inúmeros eventos culturais incluídos no Mundo UNIFOR), como o Festival de Música Eleazar de Carvalho, evento já tradicional do estado. O *Papo Saúde* destina-se a fazer a tradução de questões de saúde, tradicionalmente de interesse médico, para uma linguagem mais popular e acessível, indicando profilaxias (se for o caso) e os locais e setores que podem prestar assistência ao possível paciente. O *Cineclube* realiza-se em formato de mesa redonda, com especialistas selecionados a partir da temática do filme exibido no projeto de Extensão CineClube, para formação e com participação da plateia. *Esporte Unifor* é uma mescla de matérias jornalísticas e entrevistas, cujo ponto central gira em torno do esporte como prática de inclusão social. Programa SETE apresenta a realidade do artista urbano, de periferia ou do meio rural que por meio de sua arte transforma o meio social que habita.

A UNIFOR prima, desde sua fundação em 1973, pelo fomento à arte e educação, já tradicionalmente reconhecida pela comunidade cearense. Estabelece uma aproximação com a sociedade local ao promover continuamente ações de envergadura notável, no intuito de prover exposições de artes locais e internacionais. No Espaço Cultural Unifor, é onde se constitui um dos mais importantes instrumentos de disseminação da arte no Brasil. Ali se apresenta, por meio do acesso gratuito às exposições, a renovação e democratização do conhecimento

das identidades artísticas, históricas e culturais do país, antes acessível somente a parcelas eruditas da população. Inaugurado em 1988, o espaço já abrigou exposições exclusivas, nacionais e internacionais, como Rembrandt, Candido Portinari, Miró, Beatriz Milhazes, Antonio Bandeira, Vik Muniz e Burle Marx, além do destaque à arte regional, como a Arte Brasileira nas Coleções Públicas e Privadas do Ceará, Unifor Plástica, História do Ceará em Obras Sacras e Decorativas. Por ser referência em grandes mostras de arte e de exposições de caráter histórico, o espaço tem sido, ao longo dos anos, importante destino cultural de quem visita o Ceará. Em 2016 foi reconhecido pela Prefeitura como Patrimônio Turístico de Fortaleza.

Tendo em vista a importância de acervo ali exposto, a TV Unifor lançou, em 2017, o programa Telas do Brasil, já em segunda temporada, dando visibilidade às obras em destaque para o ambiente acadêmico e canais educativos brasileiros. O *Estúdio Garagem* foi proposto como continuidade ao pioneiro programa de música Parada Musical. Em 2014, a TV Unifor passou por uma reestruturação de formas, conteúdos, adotando nova identidade visual e estrutura de funcionamento. Nesse período, se reelabora o Garagem. *Unifor Notícias* é um noticiário semanal, transmitido ao vivo pelos alunos dos Cursos de Comunicação, sobretudo os jornalistas, como prática comum na emissora.

*Mundos Possíveis* é um programa se propõe apresentar soluções, possibilidades, projetos, ações, de pequeno ou grande porte para a comunidade, principalmente, as

menos favorecidas. Seu foco é a propagação das oportunidades geradas nas adversidades, que repercute nas práticas diárias da sociedade.

Pode-se afirmar, pela diversidade de programas aqui elencados, que a prática da pesquisa de novos formatos e linguagens é uma constante na TV Unifor, mesmo não atendendo às expectativas dos realizadores e da própria audiência, segundo estudo realizado por essa pesquisadora (SANTOS, 2014). A participação e interesse do meio acadêmico, estudantes, professores e administração superior, em todo o processo de montagem de um projeto dessa envergadura, devem ser pontuados e estimulados como alicerce prioritário para seu êxito. Com essas propostas, acredita-se que o ganho se torna extensivo, pois a comunidade externa tem a oportunidade de participar/conhecer uma atividade da qual dificilmente teria acesso, e ao mesmo tempo tão próxima de seu cotidiano e a comunidade acadêmica, que ao dividir o conhecimento técnico exercita sua cidadania.

Fez-se oportuno, neste contexto, esmerar-se nas especificidades e opiniões de seu público à procura de lastro para promoção dos projetos ali contemplados, a fim de contribuir, portanto, com a construção de um pensamento crítico, que se afine com a diversidade de conceitos, com os desejos e necessidades dos que a assistem e aprimorar as propostas almeçadas pela emissora. A partir desses princípios, deu-se termo a uma análise interna, no campus da universidade, junto ao corpo acadêmico, em que foram avaliadas suas características pessoais, sociais,

além de seus interesses em relação à TV UNIFOR. Como posto, para alinhar o desenho pretendido, iniciou-se por traçar o perfil do público-alvo da TV UNIFOR, bem como identificar as expectativas, percepções, recepção, motivações e opiniões sobre a programação ofertada. Tomou-se como objetivos específicos a verificação dos hábitos de consumo do público definido da TV e o grau de satisfação com o conteúdo produzido. Foram utilizadas duas metodologias em estados diferentes e complementares, uma qualitativa e outra quantitativa. Grupos focais foram compostos com a intenção de fidelizar as respostas recolhidas. Abaixo, a seleção de algumas questões propostas:

**Resultados e discussão das respostas obtidas pela comunidade acadêmica**

Ao analisar os dados iniciais obtidos nas devolutivas do questionário aplicado no universo delimitado para esse estudo em ampla abordagem, pôde-se constatar a baixa frequência de audiência à TV Unifor.

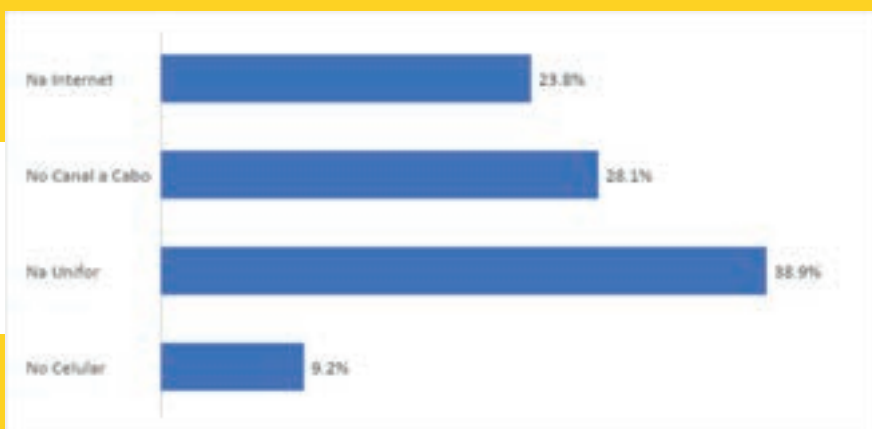
Quando questionados sobre com que frequência assistem à TV Unifor, foi observado que 90.4% informaram que nunca ou raramente assistem a programação da TV Unifor, confirmando o pouco interesse por parte dos telespectadores, os quais evidenciaram os principais motivos como distanciamento com o projeto, dificuldade de acesso e programação insatisfatória.

Ao serem questionados quanto ao veículo utilizado para assistir a programação da TV UNIFOR

(Gráfico 1), pode-se observar que 38,9% dos entrevistados assistiram a TV UNIFOR na própria instituição, reafirmando ser um local de preferência indicada pela comunidade acadêmica. entretanto, outros canais de acesso também foram utilizados, tais como, a internet (23.8%), o canal a cabo (28,1%) e o celular (9,2%).

tico (15.1%) Esse gráfico aponta para a escolha de uma programação voltada para conteúdos culturais seguido da programação de conteúdo científico e logo após, a de cunho lúdico. O jornalismo aparece com uma margem de diferença. Pode-se entender que a comunidade universitária busca na emissora

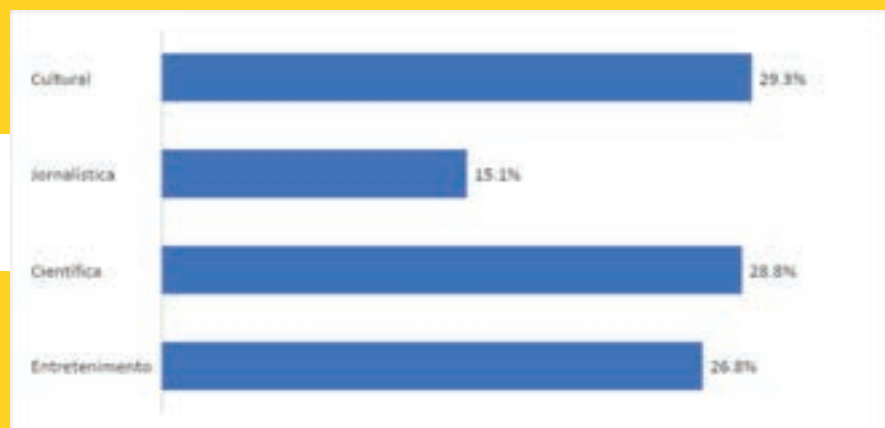
Gráfico 1 – Local de assistência



**Que tipo de programação você gostaria de assistir na TV Unifor?**

pesquisada, conteúdos de viés comprometidos com o conhecimento e lazer, que revelem textos formativos das ações sociais, costumes e valores das comunidades.

Gráfico 2 – Preferência de conteúdo



Pode-se observar que as principais preferencias os conteúdos (Gráfico 2) são o cultural (29.3%) e Científico (28.8%) seguidos de entretenimento (26.8%) e jornalís-





Durante a realização do grupo focal com os estudantes, os mesmos afirmaram não aprovar a programação ofertada, indo ao encontro dos dados que informam a baixa audiência relacionada ao conteúdo oferecido.

Quando questionados sobre o caráter formador da TV Unifor, 56,7% dos entrevistados afirmaram que mesmo, com algumas críticas ali colocadas a respeito de modelos de programação, o caráter formador dos futuros profissionais do jornalismo, principalmente, é favorável aos objetivos de condução as práticas futuras aliadas aos laboratórios e equipamentos de qualidade disponibilizados pela Unifor.

No tocante à visibilidade às pesquisas desenvolvidas na UNIFOR, 54,4% reconhecem a TV Unifor como uma fonte de propagação e escoamento dos conhecimentos produzidos na academia, esse critério de avaliação foi validado nas recolhas dos grupos focais. Foi ressaltada, também, a presença de interesse de alunos, professores e funcionários de compartilhar suas produções por meio da emissora universitária.

Com essas e outras recolhas analisadas identificaram-se os arcaísmos culturais ali constituídos resultando na abordagem de como o público universitário se identifica com o conteúdo exposto na grade de programação da emissora universitária da Unifor.

Desse modo, compreendeu-se que a visão de cultura que espelha essa audiência configura-se percebida em suas possibilidades, porém não há um consenso sobre o que cultura, nessas circunstâncias,

significa. Com as recolhas e traços comparativos, fez-se necessária a análise da recepção e percepções que os universitários, professores e funcionários da Universidade de Fortaleza, de acordo com o recorte pretendido, apreendem das representações inseridas na programação oferecida. Para os grupos de alunos e docentes a TV Unifor, configura-se como canal de transmissão de conhecimento e interação de ideias, no entanto passível de constantes inovações. Indagou-se se essas representações são diferenciadas por se darem em um contexto acadêmico, premissa que se pôde confirmar a partir das opiniões esboçadas, com menos adesão do grupo de funcionários inquiridos em grupo focal. A análise deste recorte, em ampla escala, fez referência à lista de produtos culturais (programação), seus bens simbólicos e suas representações, considerando-se como potenciais receptores os 23 mil alunos da Universidade de Fortaleza, mais funcionários e professores que compõem esse coletivo. Nesse sentido, percebeu-se o caráter formador intrínseco e reconhecido no projeto bem como a validade das contribuições voltadas a ciência.

Analisou-se aqui a estrutura de conteúdo supostamente cultural do material audiovisual ali depositado. Buscou-se, em consequência, a compreensão da recepção da audiência delimitada no que diz respeito ao impacto e relevância que os conteúdos disponibilizados conduzem. Atestou-se eficiência na prerrogativa, porém a pouca audiência sugere ações que conduzam visibilidade ao intento.

Os estudos de casos almejam, por

vezes, integrar uma variedade de perspectivas e preocupações, apresentam um ponto de vista particular. Com as informações coletadas a respeito da TV Unifor, deparou-se com conexões gerais entre o material coletado e questões mais amplas, gerando conteúdo ilustrativo e comparativo

Com esses conceitos, reafirma-se que os receptores se tornam participantes dessa construção, pois promovem releituras, ressignificando os trajetos já estabelecidos, criando alicerces que poderão resultar em reapropriações culturais. Portanto, os estudos da recepção são importantes para a investigação dos processos legítimos que derivam da intercessão dos encontros dos discursos dos meios de comunicação adaptados (e transição) ou incorporados em permanência pelos sujeitos receptores mergulhados em seus aprendizados culturais.

## Considerações finais

A pesquisa amplificou o conhecimento a respeito da Televisão Universitária brasileira, bem como verificou de que forma a comunidade acadêmica da Universidade de Fortaleza identifica e recebe o conteúdo oferecido pela Televisão Universitária da Unifor. Forneceu informações significativas relativas as expectativas do público a que se dirige. Foi possível entender que apesar dos esforços empreendidos pela emissora no sentido de acessibilizar o conteúdo oferecido em sua grade de programação, permanece parcialmente indiferente à assistência pretendida.

Portanto, faz-se necessária a



adoção de ações promotoras de interesse ao seu público preferencial, dando conta da relevância do projeto em seu contexto, baseadas nos pilares da pesquisa, ensino e extensão.

Percebe-se que TV Universitária brasileira, em seus cinquenta anos de transmissões, atinge patamar ascendente, porém revela entraves significativos em seus processos de progressão. Seu principal obstáculo, ainda agora, está na sua própria institucionalização, ou seja, ser aceita dentro de sua própria instituição de ensino.

Após essas observações, propõe-se, a vista de outras experiências em televisões Universitárias brasileiras, a definição de uma estratégia de comunicação para a emissora junto ao público interno, no sentido de dar visibilidade e aproximação ao seu público, com base nas seguintes ações:

1. Apresentar os objetivos da TV Unifor junto à população acadêmica, por meio de ações contínuas – vídeo-cabine (adaptado a atual conjuntura das mídias sociais), flashmobs, gravação de programas com a participação da comunidade em tempo real, nas áreas de concentração (centro de convivência, refeitório, áreas de atendimento dos diversos Centros e nos eventos organizados pela Universidade).

2. Criar um Conselho de Programação com a participação atuante e permanente de estudantes, professores, funcionários, direção superior a servir de elo entre o produtor e o receptor, sendo também um caminho para que a comunidade interna efetivamente reconheça a emissora como instrumento de construção e difusão do saber.

3. Criar campanhas publicitárias de divulgação, incluindo ações interativas com e para a comunidade acadêmica;

4. Criar recursos e estratégias de acessibilidade ao conteúdo gerado ao disponibilizar equipamentos de transmissão ao vivo da programação em pontos estratégicos da Unifor;

5. Criar um plano de negócios: listar e contactar os fornecedores dos diversos equipamentos, materiais e insumos necessários para o funcionamento da instituição, tendo em vista a potencialidade de apoio cultural permitido pela Lei do Cabo. Em contrapartida, pode-se oferecer espaço para assinatura, a imagem, o conceito, a marca, os personagens dos possíveis parceiros em produtos como livros, discos, papelaria, kits pedagógicos produzidos pela Unifor;

5.1. Estabelecer uma tabela de remuneração para as demandas internas, tais como: gravação de palestras, seminários, trabalhos

acadêmicos, entre outras, que podem ser encaradas como prestação de serviços e, como tal, serem remuneradas;

5.2. Educação à distância: estruturação das emissoras universitárias, tanto em equipamento como em recursos humanos, para produção de vídeos/teleaulas e bancar com os recursos da Educação a Distância (EaD).

6. Instituir uma assessoria de comunicação independente para dar vazão, sustento e divulgação das ações planejadas pela TV Unifor nas redes sociais.

Espera-se, com este estudo, oferecer uma contribuição sobre o tema, salientando a necessidade de novas pesquisas a fim de fomentar o crescimento contínuo das TVs Universitárias as quais tem em seu cerne a busca pela dinamicidade, movimento, inovação e reconhecimento. São propósitos propulsores de constantes investidas que não se encerram per se, portanto mantêm-se alvo de permanentes investigações.

## REFERÊNCIAS

ABTU. Conheça ABTU. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br/easysitev2/index.php>> Acesso em 25 de fevereiro de 2021.

BARBERO, J. M. De los Medios a las Mediaciones- Comunicacion, Cultura e Hegemonia. México: Gustavo Gili, 1988.

## REFERÊNCIAS

BARROS Filho, C. Comunicação e práticas de consumo. São Paulo: Saraiva, 2017a.

BARROS, C. S. “A América Latina no Cinema: identidades em movimento”. In: RELACult – Revista Latino-Americana de Estudos em Cultura e Sociedade Revista Latinoamericana de Estudios en Cultura y Sociedad | Latin American Journal of Studies in Culture and Society, v. 3, ed. especial, dez., artigo nº 474, 2017b. Disponível em: <https://periodicos.claec.org/index.php/relacult/article/view/474> Acesso em 25.04.2021.

ECOSTEGUY A. C. “Os estudos culturais”. In: Holfeldt, A., Martino, L. C., & França, V. V. (orgs.). Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001

ECOSTEGUY, A.; JACKS, N. Razon e Palabra. México: Instituto Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey, 2007.

GEERTZ, C. O Saber local. São Paulo, Cultrix, 2001. p.58-62.

JENSEN, K. B.; ROSENGREN, K. E. Five Traditions in Search of the Audience. European Journal of Communication, London, Newbury Park and New Delhi, v.5, p.207-238, 2019.

JOHNSON, R.; ESCOSTEGUY, A. C.; SCHULMAN, N. O que é, afinal, Estudos Culturais? 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

LARAIA, R. Cultura: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

MATTELART, A.; NEVEU, E. La institucionalización de los estudios de la comunicación: historias de los Cultural Studies. Telos, n.49, 1997.

RUBIM, A. C.; RAMOS, N. (orgs). Estudos da Cultura no Brasil e em Portugal. Salvador: EDUFBA, 2008.

Santos, H. C. F. Há experimentação na TV Universitária? TV Unifor: Condições e Possibilidades de Desenvolvimento. Dissertação de Mestrado. Vila Real: Universidade Trás-os-Montes e Alto D’ouro – Portugal, 2012.

SANTOS, H. S. M.; MOREIRA, F. A. T.; SILVA, A. H. S. M. A televisão universitária: recepção e identidade. Anais: Congresso Internacional sobre multiculturas: memória e sensibilidade Cachoeira, Bahia, nov, 2018. Disponível em: <[www3.ufrb.edu.br/eventos/4congressoculturas](http://www3.ufrb.edu.br/eventos/4congressoculturas)>.

Sodré, M. A forma da notícia: reinventando a cultura. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2016.