

Televisão universitária como ensino, pesquisa e extensão: 45 anos da experiência brasileira¹

Cláudio Márcio Magalhães

Doutor; Centro Universitário UNA/MG;

claudiomagalhaes@uol.com.br

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

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

1 Introdução

Recentemente algumas emissoras de televisão no Brasil formaram, juntas, o que se denominou “campo público de televisão” (FÓRUM..., 2006, p.27). São emissoras que colocam como seu objetivo o interesse público, que deve se refletir em uma programação voltada para a formação da cidadania, a educação, a democratização e a diversidade da informação, e a valorização da cultura, contemplando tanto a identidade nacional quanto os seus aspectos mais regionais ou locais. Há também a busca pela regionalização da produção e a quebra do paradigma da “cabeça-de-rede”, uma emissora nacional que dita a programação, sufocando as iniciativas locais.

Estão incluídas neste campo as emissoras legislativas, comunitárias, educativas e as universitárias. Embora ainda permaneçam ignoradas por boa parte da população, o seu crescimento tem sido exponencial graças a uma série de fatores,

como o barateamento das tecnologias de captação e edição, a ampliação de novas possibilidades de transmissão, a estagnação das emissoras comerciais - tanto em relação ao número de novas emissoras quanto à mesmice de sua programação -, e o aumento do interesse e da procura dos telespectadores por novas opções.

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

Desta maneira, a proposta aqui é descrever essa trajetória, dividida em dois macromomentos: a inauguração da primeira TVU, em 1967, e a promulgação da Lei do Cabo, em 1995, além de apontar os avanços e retrocessos dos diversos caminhos pelos quais a televisão universitária se embrenhou e ainda se embaralha. No entanto, justamente por ser um campo de constante discussão, também aborda-se o que se vislumbra e quais são as novas perspectivas na área (BRASIL, 1995).

2 O Início

A primeira televisão universitária brasileira também foi a primeira educativa. Em 1967, entrou no ar a TV Universitária de Pernambuco, pertencente à Universidade Federal de Pernambuco, estado da região nordeste do Brasil (FRADKIN, 2003, p. 56; TORVES, 2007, p. 90)². Ela surge em pleno exercício da ditadura do governo militar, com o objetivo de ser a primeira de uma série de TVs que integrariam um sistema nacional de emissoras educativas dentro de um plano nacional de alfabetização e educação básica através dos meios de comunicação em massa (MCM). Tal sistema era um contraponto – e ao mesmo tempo complemento – à política de integração nacional e controle social do governo militar, via MCM, que já havia assegurado emissoras comerciais aos políticos e empresários simpáticos à causa.

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

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

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

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

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

flagrante desrespeito às leis e ao seu projeto inicial de ser um canal de educação alternativo às emissoras comerciais.

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

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

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

mesmo com a oferta de diversos de canais, a maioria dos telespectadores assiste à programação dos tradicionais canais abertos. Porém, àquela época, a possibilidade técnica de oferecer inúmeros canais mobilizou acadêmicos e profissionais, que conseguiram colocar na Lei 8.977/95, que ficaria conhecida por Lei do Cabo, os “canais básicos de utilização gratuita” (BRASIL, 1995).

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

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

A Lei do Cabo acabou também por incentivar as IES em busca do sinal

aberto, uma vez comprovada a estagnação do crescimento da TV paga no país. Outras outorgas foram concedidas pelo país e o Ministério das Comunicações baixou a Portaria 450/2011, determinando a preferência das universidades para a ocupação dos canais educativos abertos, uma reivindicação antiga do segmento e que serve como mecanismo para evitar uma nova distribuição de outorgas de forma político-partidária.

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

3 A Organização e a RITU

Não tardou, após a promulgação da Lei do Cabo e do surgimento das novas emissoras universitárias, para que o segmento começasse a se articular. Já em 1997 foi realizado o 1º Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias, pela Universidade de Caxias do Sul, no Estado do Rio Grande do Sul (que depois despontaria como principal celeiro de televisões universitárias de qualidade técnica e operacional). Foram representantes de aproximadamente 50 IES, nem todas elas produzindo TV, mas com anseio de entender o momento e de se lançar na aventura. Após dois dias de troca de pontos de vista e de experiências, ficaram duas certezas:

- a) as TVs universitárias precisavam urgentemente de uma rede de intercâmbio de programação, tanto para suprir as deficiências em suas grades como para ampliar a capilaridade das produções; e
- b) que isso só seria possível com a construção de uma entidade que agregasse essas emissoras.

Surgiu, três anos depois, a Associação Brasileira de Televisão Universitária – ABTU. Sua principal missão era concretizar a Rede de Intercâmbio de Televisão

Universitária – RITU e, paralelamente, tentar construir um segmento diferenciado, tanto politicamente, como no imaginário do telespectador e da academia. Como associação, também pretendia ser o centro que proporcionasse a integração, a troca de experiências e o referencial para a busca de soluções para desafios que já apareciam e para outros que, com certeza, ainda iriam despontar.

A primeira missão se mostrou uma tarefa mais complexa que se imaginava. Efetivamente, após 13 anos da sua fundação, a ABTU ainda não conseguiu concretizar a RITU. Inicialmente imaginava-se a implantação de uma central para recebimento e despacho, como uma espécie de locadora. No entanto, diante das limitações das próprias emissoras (de equipamentos e de pessoal para cópia e operação), esta iniciativa seria mais um problema para as TVs do que uma solução. Assim, na prática, cada emissora com condições de enviar e receber produtos das parceiras o fazia de forma direta, sem a necessidade da intermediação da associação, o que se mantém até hoje.

Tentou-se, então, a mudança de enfoque. Se o problema estava em cada um copiar e enviar o seu produto, uma solução seria a operação se restringir à simples transferência do arquivo digital para uma plataforma na nuvem da internet. O entrave, no entanto, estava na incipiente banda larga do país, que não comportava o trânsito de vídeos. Assim, a Rede Nacional de Pesquisa – RNP, autarquia governamental que interliga as universidades públicas no país, apareceu como parceira, pois sua rede estava ociosa. Um convênio foi estabelecido entre a RNP e a ABTU, em que a primeira ofereceria o desenvolvimento da plataforma e da ferramenta, enquanto a segunda disponibilizaria o conteúdo e as IES produtoras.

O projeto durou alguns anos e a plataforma foi efetivamente desenvolvida. No entanto, com a inconstância das políticas de gestão do governo – uma hora entusiasmado com o projeto, em outras desarticulando o processo - o caminho foi errático e criou uma descrença por parte das emissoras que deveriam disponibilizar os conteúdos para o tráfego, o que somente piorou com a falta de manutenção da rede. Com o surgimento da TV Brasil e a criação da RedeIfes (de IES federais), a RNP foi direcionada para levar a plataforma a ambas, e abandonou o projeto com a ABTU. Atualmente, tenta-se repetir a mesma ideia com empresas privadas. Em seguida um quadro sistemático sobre as tentativas de criação da RITU.

Quadro 1 – RITU e suas tentativas de implantação

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

distribuição de conteúdo pela internet	internet e uso na internet comum	auto financiamento, o desenvolvimento da compactação dos protocolos de tráfego e do software de interface, o que tomou possível transitar os vídeos com qualidade mesmo com uma banda comum.
--	----------------------------------	--

Fonte: o autor

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

4 Conceito de televisão universitária

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

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

No entanto, se a missão tornou-se clara, a forma de gestão dos canais universitários pelas diversas IES divergiu. Alguns consideravam que seria apenas a

conjunção das IES no canal universitário, já que somente essa denominação existia na legislação brasileira. Neste sentido, as TVs não existiriam individualmente, ligadas apenas a certa universidade; o canal universitário seria a soma das produções das IES, dentro de uma linha de programação conjuntamente discutida.

Outra linha acreditava que TV Universitária seria toda aquela produção realizada por uma IES, que tivesse como linha editorial a educação, a divulgação científica, a formação do cidadão, a valorização da cultura regional e local, e os interesses sociais. E, como tal, seria ligada a uma instituição, mas não necessariamente a um modelo de transmissão. Poderia haver TVU no sinal aberto, a cabo, na internet, em circuito fechado, em outros canais, desde que preservado também o conceito que estrutura a ideia de televisão: programação contínua, formatada e com uma identidade própria.

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

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

Produção feita pelos alunos ou por profissionais?

A princípio, grande parte das emissoras surgiu dentro de seus departamentos

de comunicação, como projetos quase pessoais de professores, alguns funcionários e estudantes, em regime de voluntariado. Esse caminho ainda se repete, mas cada vez menos.

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

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

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

TV estudantil ou TV da universidade?

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

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

Por outro lado, uma programação somente feita por estudantes e para os estudantes carecia de um projeto a médio e longo prazo, uma vez que os alunos estão ali temporariamente, carecendo de uma proposta conceitual e de foco. É essa identidade, mantida a médio e a longo prazo, que caracteriza uma televisão. Se

também não houver a preocupação com o lado institucional, há um grave comprometimento com a sobrevivência da TV que, ao valorizar sua instituição, transforma-se em um instrumento sem utilidade para a IES. Portanto, nada melhor para a continuidade da existência de uma TVU do que entrevistar o reitor regularmente!

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

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

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

Quanto à linguagem, o experimental é fundamental, se não uma das obrigações de uma televisão universitária, mas, transmitir somente conteúdo experimental causa estranheza ao público e o afasta do projeto televisivo.

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

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

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

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

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

Pode ser a TV Universitária um projeto de extensão?

Há um grande desperdício quanto ao uso das TVUs como projeto de extensão, em parte, é verdade, decorrente do próprio isolamento das TVUs em

relação aos demais segmentos das IES. Isso pode ser atribuído à sua gênese departamental, produção constante sem planejamento holístico e sem planejamento fora de suas salas de edição, e ainda à cultura universitária segregacionista da qual faz parte.

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

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

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

5 Quem paga a conta?

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

periodicamente por crises financeiras, as TVUs estão em permanente estado de tensão sobre a sua sobrevivência.

Embora desejando ser diferentes, as televisões universitárias herdaram muito da cultura das TVs comerciais e pecam por não desenvolver modelos próprios de negócio. Ainda acreditam que a única maneira de finalizar uma TV é na venda dos espaços dos intervalos. Como a legislação proíbe, tanto nas emissoras abertas quanto nas TVs a cabo, está criado o impasse. Porém, há soluções, e todas elas passam por imaginar um modelo de negócio que seja diferente: o financiamento das TVUs não virá dos espaços, que não se pode negociar, mas sim do serviço que presta.

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

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

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

Neste mesmo caminho, há uma profusão de editais, públicos e privados, para a produção audiovisual, em grande parte buscando os mesmos conteúdos e formatos nos quais TVUs são especialistas. São conteúdos para abastecer um mercado cada

vez mais crescente de emissoras segmentadas, como as educativas, estatais e privadas, e as programadoras dos canais de TV pagos. Para isso, no entanto, é fundamental a profissionalização das emissoras, não só na sua produção, quanto na sua burocracia operacional, a fim de atender aos requisitos de para desenvolvimento de projetos e sua prestação de contas.

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

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

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

6 Atual quadro

A televisão universitária brasileira encontra-se, neste momento, em meio ao debate e a transição da TV aberta analógica para a TV Digital, que ocorre simultaneamente ao aprimoramento da legislação e ao incremento das tecnologias de comunicação e informação (TIC). No entanto, tem sido um caminho com vitórias e derrotas. A Lei de Acesso Condicionado (Lei 12.485, 12/09/2011) estabeleceu a

obrigatoriedade de um canal universitário também nas TVs pagas via satélite, algo inexistente na legislação anterior, restrita apenas as TVs a cabo. Outro fator relevante, que atinge apenas indiretamente as emissoras das IES, mas de grande importância econômica para aquelas que melhor se estruturarem, são as cotas de produção nacional exigidas dos programadores e operadores de TV paga pela mesma legislação. Com custo bem menor e diversidade temática na produção, as produtoras universitárias podem ser importantes fornecedoras de conteúdo (BRASIL, 2011).

Quanto à TV Digital, que até 2016 pretende mudar toda a transmissão e recepção das TVs abertas (e gratuitas) brasileiras, a luta das TVUs é pela reprodução das conquistas da Lei do Cabo para o sinal aberto, uma vez que há uma economia maior no espectro. Com isso, as IES poderiam contar com um canal local para compartilhamento de suas programações, saindo do aprisionamento da TV paga. Se somente a utilização no cabo já provocou o crescimento geométrico das TVs Universitárias, imagina-se que tal fenômeno será ainda maior quando houver a possibilidade de se chegar, via ar, aos lares dos brasileiros, sem que eles precisem pagar por isso.

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

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

Neste sentido, é prioritária a participação das TVs Universitárias e da força política das IES em todas as instâncias decisórias sobre a constituição e regulamentação do campo público da televisão. Como bem lembra Jesús Martín-

Barbero (2002), os países latino-americanos precisam, “como nunca antes precisaram, da existência clara e operante de uma televisão pública”, mesmo considerando que há dificuldades “na hora de pensar a especificidade do caráter público”. As relações de uma TV que se pretenda pública com o governo são o ponto de partida para a definição de um modelo, a começar pelo marco jurídico-institucional, a composição, finalidade e forma de eleição ou condução dos conselhos gestores, o financiamento, os critérios de programação.

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

7 Considerações finais

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

Neste sentido, o Brasil tem o que aprender e aprofundar. Com o mundo cada vez mais solicitando conteúdos, há uma oportunidade a ser explorada. Ainda mais se considerando-se que, se há um grande investimento das emissoras comerciais por tais conteúdos, há pouca oferta para as emissoras públicas ou não comerciais, embora a demanda seja igualmente grande.

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

É importante ressaltar que é possível vislumbrar oportunidades de negócio

para o Brasil. Vejamos algumas delas:

- a) temos mais criatividade no que diz respeito ao uso da interatividade, comprovada, pelo grande número de aplicativos idealizados por brasileiros para a telefonia celular. Tal criatividade pode muito bem ser direcionada para a interatividade da TV Digital, carente neste setor. Portanto, o incentivo e o desenvolvimento, pelas universidades, da indústria de micro e pequenas empresas na área de softwares de aplicativos de interatividade não só encontraria mercado interno, como também mercado externo;
- b) há uma carência, em outros mercados, de conteúdos que temos de sobra no Brasil: documentários com visões originais, pequenas séries documentais e/ou específicas para determinados públicos, ficção voltada para questões de cidadania. O problema, no entanto, é que se trata de uma produção dispersa, que necessitaria de uma política de agregação, ou mesmo fomento para a sua centralização e posterior comercialização;
- c) por outro lado, há pouco profissionalismo em toda a cadeia de produção, desde o cinegrafista até quem escreve um projeto. As escolas não têm a cultura do empreendedorismo e forma, majoritariamente, bachareis ‘críticos’ ou ‘conceptistas’, e raramente técnicos e empreendedores (que só agregariam se fossem também ‘críticos’ e ‘conceptistas’). Essas habilidades não são vistas de forma transversal durante os cursos. Quando muito, uma disciplina isolada. Portanto, investir nas mudanças de currículos (melhor, nas propostas de cursos e suas bases transversais) e na criação e/ou fomento de incubadoras de produtoras, poderia sinalizar para o segmento da educação um rumo que começaria a criar uma cultura de produção audiovisual profissionalizada. Como as TVs Universitárias já produzem e são o que de mais próximo as IES têm enquanto produção profissional, teriam o primeiro impacto, assim como o principal local de visibilidade. E iniciariam um processo de ‘bola de

- neve' pelo mundo acadêmico;
- d) fazer valer o decreto de implantação da TV Digital, muito bem definido nos seus objetivos para a sociedade. E, a partir daquelas premissas, fazer programas que auxiliem, tanto o governo quanto iniciativa privada a cumprir suas promessas;
- e) aproveitar todas as novas possibilidades da Lei de Acesso Condicionado, tanto na ocupação dos seus novos canais universitários, como se posicionando como um salutar, diverso, barato e dinâmico produtor de conteúdos para os demais canais ávidos por programação de qualidade. Porém, não permitir, por pressão social e institucional, que esses mesmos canais não deem continuidade a sua trajetória de se oferecerem como opção na TV aberta.

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

Referências

ANUÁRIO de mídias digitais Pay-Tv 2013. São Paulo: Converge Comunicações, 2013.

BRASIL. Decreto-Lei no. 236, de 28 de fevereiro de 1967. Complementa e modifica a Lei número 4.117 de 27 de agosto de 1962. Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del0236.htm>. Acesso em: 16 mar. 2013.

BRASIL. Lei 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: 16 mar. 2013.

BRASIL. Lei 42.485, de 12 de setembro de 2011. Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm> Acesso em: 16 mar. 2013.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; TRENTIN, Ary Nicodemos (Org). **A TV da Universidade: I Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias**. Caxias do Sul: UCS, 1998. Textos apresentados no 1. Forum Brasileiro de Televisões Universitárias.

FÓRUM NACIONAL DE TV'S PÚBLICAS,1.,2006, Brasília. **Diagnóstico do campo público de televisão**: caderno de debates. Brasília: Ministério da Cultura, 2006.

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

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo demográfico 2010**: características da população e dos domicílios: resultado do universo. Brasília, 2011. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 16 mar. 2013.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção. In: RINCÓN, Omar (Org). **Televisão pública**: do consumidor ao cidadão. São Paulo: ILDES/FES, 2002.

MILANEZ, Liana. **TVE: cenas de uma história**. Rio de Janeiro: ACERP, 2007.

RAMALHO, Alzimar. **Mapa da TV universitária brasileira**: versão 3.0. Viçosa: Anadarco Comunicação, 2011.

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

VALENTE, Jonas. Sistema público de comunicação no Brasil. In: RODRIGUES, Diogo Moyses et al. **Sistemas públicos de comunicação no mundo**: experiências de doze países e o caso brasileiro. São Paulo: Paulus, Intervezes, 2009. (Coleção Comunicação)

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

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

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

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

² Milanez, no entanto, defende que “[...] desde 1958, por exemplo, a estação de TV Educativa da Universidade de Santa Maria (RS) produzia programas educativos.” (MILANEZ, 2007, p.31).

Recebido: 09/10/2012

Publicado: 25/07/2013

