

APROXIMAÇÕES ENTRE OS CONCEITOS DE TV UNIVERSITÁRIA E CAMPO PÚBLICO DE TELEVISÃO NO BRASIL¹

APPROXIMATIONS BETWEEN THE CONCEPTS OF UNIVERSITY TV AND PUBLIC TELEVISION FIELD IN BRAZIL

Kamyla Faria Maia²
Nélia Rodrigues Del Bianco³

Resumo

O artigo discute em que medida as emissoras vinculadas às Instituições de Ensino Superior brasileiras, que exibem programação em sinal aberto e TV a cabo, se aproximam do conceito de Campo Público de Televisão no Brasil. Para tanto, analisa de que maneira as finalidades da radiodifusão pública são atendidas por esses veículos, que podem estar ligados à instituições públicas ou privadas. Utilizando-se das finalidades da radiodifusão pública (UNESCO, 2011) como premissas, é possível apontar que as televisões universitárias possuem uma aproximação conceitual do Campo Público, mas ainda não se consolidaram como emissoras eminentemente públicas.

Palavras-chave: TV Universitária. TV Pública. Campo Público de Televisão no Brasil.

Abstract

This article discusses the extent of the approximations between broadcasters linked to brazilian higher education institutions and the concept of Public Television Field in Brazil. To this end, it analyzes how the purposes of public broadcasting are served by these vehicles, which can be linked to both public and private institutions. Using the purposes of public

¹ Pesquisa desenvolvida como parte da tese de doutorado do Programa de Pós-Graduação de Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Artigo é uma versão ampliada e revisada de texto publicada nos Anais do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- virtual 2020.

² Doutora em Comunicação pela UFG (2022) e mestre em História pela UFG (2015). Editora-chefe de jornalismo da Tv UFG. Lattes: <https://lattes.cnpq.br/9443918582024595>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0625-5114>. E-mail: maia.kamyla@gmail.com.

³ Professora dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da UnB e da UFG. Professora visitante do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFOP (2020-2022). Doutora em Comunicação pela ECA-USP com estágio de pós-doutorado na Universidade de Sevilha, Espanha. Co-fundadora do Observatório da Radiodifusão Pública na América Latina (UnB/CNPq). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3708240583479831>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3701-0929>. E-mail: neliadelbianco@gmail.com.

broadcasting (UNESCO, 2011) as premises, it is possible to point out that university televisions have a conceptual approach to the Public Field, but have not yet consolidated themselves as eminently public broadcasters.

Keywords: University TV. Public TV. Public Television Field in Brazil.

1 INTRODUÇÃO

O termo Campo Público de Televisão no Brasil surgiu em 2007 no primeiro encontro do Fórum Nacional de TVs Públicas, espaço criado a partir da articulação do Ministério da Cultura com a Radiobrás e as quatro modalidades de televisão sem fins lucrativos: educativas, legislativas, universitárias e comunitárias. A partir de então, o termo passou a ser usado para designar um grupo heterogêneo de emissoras não comerciais que operam por meio de concessões de radiodifusão em sinal aberto e pelos canais de TV por assinatura, mas que apresentam visões e concepções comuns.

Quase uma década antes, em 1998, o documento apresentado ao final do segundo Fórum Brasileiro de Televisões Universitárias já definia que a televisão educativa, cultural e universitária tem caráter eminentemente público, sem finalidades comerciais, e tem programação comprometida com a educação, a cultura e a informação, que respeita a pluralidade das manifestações culturais, estimula a produção local e regional (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 12).

Apesar das diretrizes existirem há mais de duas décadas, ainda persistem dificuldades para delimitar o termo televisão universitária, principalmente por causa das divergências conceituais e legais entre as concessões educativas, muitas geridas por universidades, e os canais universitários. Há divergências até mesmo em relação à nomenclatura, uma vez que o nome TV universitária muitas vezes é associado apenas aos canais universitários da TV por assinatura (SANTOS, 2019, p. 27), enquanto as emissoras em sinal aberto geridas por universidades federais se identificam mais com os termos educativa e cultural.

Na pesquisa mais recente sobre a televisão universitária no Brasil são apontadas seis características principais que definiriam quais emissoras podem ser assim classificadas: autointitulação e identidade própria; produção regular; ênfase em ensino, pesquisa e extensão; caráter formador; linguagem televisiva e vinculação a uma Instituição de Ensino Superior (IES), pública ou privada (MAGALHÃES; OLIVEIRA, 2020). Dessa maneira, pode ser entendida como televisão universitária todo núcleo de produção de conteúdo audiovisual

ligado a uma IES que ofereça programação constante feita com a participação da comunidade universitária, independentemente da plataforma de distribuição.

As emissoras universitárias que exibem conteúdo em sinal aberto e em TV a cabo são enquadradas no Campo Público de Televisão no Brasil, mesmo que a aproximação com as demais integrantes do grupo seja apenas conceitual. Por isso, devem estar em consonância com os princípios da radiodifusão pública elencados pela UNESCO (2001, p. 13): universalidade, diversidade, independência e especificidade.

Em decorrência do intrincado campo de emissoras não comerciais no Brasil e de dificuldades de implementação das diretrizes da radiodifusão pública, faz-se necessário buscar quais as aproximações da TV universitária com o Campo Público de Televisão. Para isso, foi realizada uma análise conceitual, a partir do processo de formação, da gestão e da programação dessas emissoras. Buscou-se evidenciar na análise o contexto histórico do desenvolvimento dos conceitos de TV Universitária e Campo Público de Televisão, a partir de dispositivos legais que incidem sobre a comunicação, de documentos das entidades representativas desses setores e de artigos de pesquisadores sobre o tema.

2 A FORMAÇÃO DA TV UNIVERSITÁRIA NO BRASIL

A primeira concessão de televisão não comercial no Brasil é a TV Universitária de Recife, ligada à Universidade Federal de Pernambuco, que iniciou suas operações em 1968. Foi a primeira das televisões educativas que faziam parte do plano de alfabetização e educação básica pelos meios de comunicação em massa (MAGALHÃES, 2013, p. 08) promovido pelo regime militar, implementado a partir do golpe de abril de 1964.

Essas estações deveriam cumprir as finalidades estabelecidas pelo decreto nº 236 de 1967, que modificou o Código Brasileiro das Telecomunicações (CBT) de 1962. Este decreto foi o primeiro instrumento legal a distinguir as emissoras comerciais das educativas e determina que estas se destinam à divulgação de programas educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates, e que é vedada a transmissão de propaganda, direta ou indiretamente (BRASIL, 1967). Apesar disso, o documento desobrigou o Estado a criar emissoras não comerciais, repassando essa responsabilidade aos estados, municípios, universidades e fundações (SANTOS, 2019, p. 106).

Em 1995, a lei nº 8.977 abriu espaço para novos tipos de televisão não comercial com os canais de carregamento obrigatório na TV a cabo, sendo eles, o comunitário, o legislativo, o universitário e o institucional. A legislação determina que a operadora disponibilize, em todos os pacotes oferecidos, canais básicos para organizações sociais e instituições de interesse público, mas sem a obrigação de fornecer infraestrutura para a produção (MAGALHÃES, 2013).

A partir de então, as Instituições de Ensino Superior se viram livres da burocracia e da escassez de canais de TV aberta e encontram uma oportunidade de utilizar a televisão, como já faziam com rádios e jornais universitários. Entre 1995 e 2009 houve um salto de 755% na quantidade de televisões universitárias no país, o número passou de 20 para 151 (RAMALHO, 2010, p. 57). Com o avanço das tecnologias digitais, também houve a explosão de outra modalidade de exibição das produções feitas dentro das instituições: as webtvs em plataformas virtuais de compartilhamento de vídeos.

Em 2020 estavam em funcionamento pelo menos 183 televisões universitárias; 85 estão na região Sudeste, 38 na região Sul, 34 na região Nordeste, 14 na região Centro-Oeste e 12 a região Norte. Do total, 117 atuam na internet, 51 transmitem por meio da TV a cabo, 22 veiculam a programação pela TV aberta e 3 exibem conteúdo via circuito interno (MAGALHÃES; OLIVEIRA, 2020).

A administração das emissoras universitárias pode ser feita de formas distintas, pois não há lei que diga como devem ser estruturadas. Há televisões administradas por fundações de apoio e outras geridas diretamente pelas instituições de ensino, respondendo à reitoria e pró-reitorias, à assessoria de comunicação ou à faculdade de comunicação social (RAMALHO, 2010). Há diferenciação também nos perfis editoriais das televisões universitárias, que oscilam entre as que priorizam o trabalho de assessoria de comunicação; as televisões-laboratório, que produzem ancoradas nas disciplinas dos cursos de Comunicação, e um modelo híbrido que mescla as duas situações (PREVEDELLO, 2013, p. 87-88).

Apesar de diversas, as televisões universitárias se equiparam a partir da produção de um conteúdo diferente do que é feito nas emissoras comerciais. As televisões ligadas às IES se configuram como um contraponto, um antirreferencial, um lugar no qual a prioridade é a integração e a comunicação na acepção correta de “colocar em comum” (MAGALHÃES, 2002, p. 50). Por isso, são enquadradas no Campo Público de Televisão no Brasil.

O caráter público das TVs universitárias determina que tenham como dever pensar no interesse do cidadão e ser uma porta para difundir conhecimentos e reflexões produzidos na universidade (CALLIGARO, 2013, p. 28). Isso se daria mesmo em emissoras ligadas a instituições privadas, pois operam com espírito público e são proibidas de comercializar sua programação e podem oferecer “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” (TORVES, 2007, p. 98-99).

Dessa maneira, abarca-se sob o mesmo conceito as concessões educativas que estão nas mãos das universidades ou de fundações de apoio ligadas às instituições e os canais universitários criados a partir da Lei do Cabo em 1995. Ramalho (2010) segue caminho semelhante e define a TV universitária como produtora de conteúdo ligada à instituição de ensino que oferece programação periódica e constante, independente da capacidade de produção e da plataforma de distribuição. Por outro lado, ela diferencia a televisão universitária do canal universitário, este se refere especificamente à TV a cabo e pode ser entendido como uma antena coletiva compartilhada por diferentes emissoras.

3 O CAMPO PÚBLICO DE TELEVISÃO NO BRASIL

Para a Unesco, a radiodifusão pública é do público e se dirige a cada um em sua qualidade de cidadão; fomenta o acesso à participação na vida pública, amplia horizontes e permite que cada pessoa se compreenda melhor na medida em que compreende o mundo e os outros (UNESCO, 2001, p. 07, tradução nossa).

O serviço público deve permitir que cada cidadão seja um ator social de plenos direitos, que participe plenamente da vida da comunidade a qual pertence e contribua ativamente para sua organização. O serviço público deve ser independente de pressões partidárias ou estatais. Está a serviço de todos para o bem comum. Deve manter sua independência e, ao mesmo tempo, garantir recursos financeiros de longo prazo. Apesar das vantagens e dificuldades que o caracterizam, deve adaptar-se tanto aos avanços tecnológicos, por vezes muito rápidos, quanto à modernização das regulamentações. (UNESCO, 2001, p. 03, tradução nossa).

A televisão pública tem como objetivo o interesse público e deve ser “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” (MAGALHÃES, 2013, p. 08). Na TV pública os espectadores não são vistos como clientes, mas sim como sujeito de direitos, uma vez que um dos principais objetivos da programação é emancipar e não lucrar.

As emissoras que o compõem o Campo Público de Televisão no Brasil têm origens, estruturas e finalidades distintas, com diferentes regulamentações: TVs educativas, regulamentadas pelo decreto 236 de 1967, que modifica o CBT, e os canais básicos de utilização gratuita (comunitários, legislativos, executivos, judiciários, educativos e universitários), definidos pelo artigo 23 da lei 8.977 (OLIVEIRA, 2017, p. 06). O que unifica todas elas em um mesmo espectro é que legalmente elas não podem ter finalidade comercial.

A delimitação desse grupo de televisões não comerciais é mais uma tentativa de consolidar um modelo de comunicação pública, frente à radiodifusão estatal e privada, que já estavam regulamentadas e em pleno funcionamento. A primeira medida tomada em busca de tal consolidação foi a diferenciação entre emissoras comerciais e educativas em 1967 e a criação de dezenas de emissoras educativas durante o regime militar. Em 1975, sete estados já tinham um canal educativo (RAMALHO, 2013, p. 22) e três anos depois o regime militar deu início a uma rede de transmissão de programas de caráter educativo, com a atuação integrada das emissoras. Apesar do interesse estatal em promover a TV educativa, esse conceito ficou apenas no campo das ideias e durante meio século de existência as TVEs sobreviveram garantindo outros propósitos, como a barganha política.

A iniciativa mais bem-sucedida nesse período foi a criação da Fundação Padre Anchieta, em São Paulo, em 1968, cujas emissoras de rádio e televisão estavam sob a supervisão de um Conselho Curador representativo da sociedade e com autonomia de gestão garantida por figura jurídica do direito privado; tendo como principal veículo a TV Cultura. Apesar da qualidade e relevância de sua programação, principalmente aquela voltada para o público infantil, a emissora vive em meio a ingerências políticas do governo estadual e crises financeiras.

Com a retomada da democracia e a promulgação da Constituição Cidadã, em 1988, a sociedade e o poder público voltaram a debater a respeito da efetivação da radiodifusão não comercial. No entanto, o texto final da carta magna ignorou o termo TV Educativa e classificou as emissoras em privadas, públicas e estatais, instituindo assim um modelo tríplice:

Art. 223- Compete ao Poder Executivo outorgar e renovar concessão, permissão e autorização para o serviço de radiodifusão sonora e de sons e imagens, observado o princípio da complementaridade dos sistemas privado, público e estatal. (BRASIL, 1988).

Ao longo das três últimas décadas não houve regulamentação desse princípio, de suas definições legais ou conceituais (MARTELLI; KERBRAUY, 2013, p. 16). Até mesmo o termo TV pública não existe na legislação de radiodifusão brasileira, já que são reconhecidas apenas duas formas de radiodifusão: a privada e a educativa.

Por outro lado, a redemocratização deu novo fôlego à televisão pública por meio da criação da Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), em 1998, da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), em 2000, e do Fórum Nacional de TVs Públicas, em 2006. O Campo Público também ganhou força com a criação da TV Brasil, em 2007, gerida pela Empresa Brasil de Comunicação (EBC) e que executa os serviços de radiodifusão do Poder Executivo Federal, opera a rede de emissoras e estações retransmissoras e repetidoras e distribui a publicidade legal dos órgãos da administração direta e indireta (VALENTE, 2009, p. 128).

A norma fixou também os objetivos dos serviços de radiodifusão pública do Poder Executivo Federal, entre eles: oferta de mecanismos para o debate público de temas de relevância nacional e internacional; desenvolvimento da consciência crítica do cidadão por meio de programação educativa, informativa e cultural promotora da cidadania; consolidação da democracia, com estímulo à participação da sociedade e, garantia do direito à informação dos cidadãos. (VALENTE, 2009, p. 128).

A lei 11.652 não apenas criou a EBC (BRASIL, 2008), como também foi muito clara ao instituir os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta, o que inclui as emissoras vinculadas às Universidades e Institutos Federais. O preâmbulo da lei é claro quanto a sua abrangência: “institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação”. As emissoras vinculadas as IES federais são consideradas entidades de administração indireta do governo federal.

De fato, a criação da TV Brasil incentivou a formação de uma rede de emissoras públicas pelo país, notadamente concessões universitárias e educativas e culturais. Em 2010 foi iniciada a transmissão simultânea da Rede Nacional de Comunicação Pública, liderada pela TV Brasil, em parceria com emissoras de 23 estados brasileiros. Durante seis anos essa rede incentivou a produção de conteúdo local por meio de contratos de prestação de serviços com as afiliadas, os quais foram extintos com a chegada de Michel Temer ao poder.

O governo Temer também promoveu mudanças legais substanciais no projeto originário da empresa por meio da Medida Provisória nº 744, de 2016. Em linhas gerais, o novo escopo legal cerceou a relativa autonomia no modelo de gestão da EBC; extinguiu o Conselho Curador da EBC, órgão de natureza consultiva e deliberativa que se constituía num instrumento de participação da sociedade na gestão da empresa pública; e modificou as condições de mandato do diretor-presidente, o qual antes só poderia ser destituído do cargo por dois votos de desconfiança do Conselho Curador. A partir da MP, o mandato do diretor-presidente da empresa passou a ser exclusivamente subordinado às nomeações e exonerações da Presidência da República. Outra mudança foi a exclusão do artigo que apontava a autonomia da EBC em relação ao Governo Federal para questões de produção, programação e distribuição de conteúdo no sistema público de radiodifusão (BIANCO; PINHEIRO, 2017, p. 25). Em 2017, a nova gestão da EBC implementou uma política de redução de verbas, reformulação na estrutura e enxugamento de pessoal, iniciado com o programa de demissão voluntária no final de 2018.

Com a posse de Jair Bolsonaro, em janeiro de 2019, o desmonte da estrutura pública da EBC continuou e houve a união da TV Brasil com a NBR, emissora estatal que cobre eventos do governo federal, “negando o caráter social e público da EBC mediante um descarado aparelhamento, que transformou a EBC em um mero instrumento de propaganda governamental” (SIGNATES, 2019, p. 56).

Apesar de ser um dos poucos avanços na comunicação pública brasileira, a implantação da Empresa Brasil de Comunicação e da TV Brasil não foi acompanhada da revisão de antigas leis que até hoje regem as TVs educativas. Por não terem sido aplicadas, elas abriram sérios precedentes que tornam quase inviável a manutenção de TVs educativas no país” (MARTELLI; KERBRAUY, 2013, p. 16). Faltou compromisso do governo federal com a finalidade dos canais públicos, o que resultou na consolidação precária da EBC, que acabou por se definir como uma iniciativa pontual e insatisfatória (SIGNATES, 2019, p. 55).

A complexidade do campo e as dificuldades de consolidação de um modelo público levam autores a acreditarem que a televisão pública, entre nós, ainda é apenas um rótulo, ou no máximo um projeto. Priolli (2008) encara o conceito como uma meta, “um projeto político-cultural de transformar a TV educativa existente, quase toda estatal, em efetivo organismo sob controle da sociedade, livre das ingerências políticas dos governantes”.

4 APROXIMAÇÕES DA TV UNIVERSITÁRIA COM O CAMPO PÚBLICO DE TELEVISÃO

Para apontar em qual medida as televisões universitárias se aproximam do conceito de Campo Público de Televisão no Brasil é necessário identificar o conjunto das emissoras que integram esse campo. Para tanto, foi realizada uma checagem na lista das Instituições de Ensino Superior no Brasil disponibilizada pelo Ministério da Educação e a partir daí foram identificadas quais gerem emissoras de TV. Além disso, foram buscados os canais de instituições de ensino integrantes da ABTU ou afiliados ao Canal Futura, TV Brasil, TV Cultura ou Rede Minas.

Verificamos a existência de 71 emissoras; sendo que 37 estão exclusivamente na TV a cabo, outras 22 emissoras disponibilizam a programação tanto em canais abertos quanto na TV paga e as 12 televisões restantes estão apenas na TV aberta. Posteriormente foram verificadas outras informações relevantes nos sites oficiais e perfis em redes sociais, como YouTube, Instagram e Facebook. Foi possível analisar a abrangência do sinal, a afiliação das emissoras a redes nacionais e as grades de programação.

Como apontado acima, as televisões universitárias estão enquadradas no Campo Público de Televisão e por isso, devem estar atentas aos principais objetivos da radiodifusão pública: a universalidade, a diversidade, a independência e a especificidade do serviço (UNESCO, 2001, p. 13):

1. Universalidade: a programação das emissoras públicas deve ser acessível a todos os cidadãos em todo o território. Impõe ao serviço público a obrigação de se dirigir ao conjunto da população e de ser utilizado pelo maior número de cidadãos. Não pressupõe somente a possibilidade de acesso técnico, mas a capacidade de que todos compreendam a programação.
1. Diversidade: o serviço prestado deve ser diversificado por pelo menos três maneiras; de gêneros, de públicos e de temas tratados. Deve refletir a

diversidade de interesses do público com programação que abarque diferentes gêneros. O serviço público deveria chegar ao conjunto do público por meio da diversidade dos programas, a qual pode responder aos interesses dele e refletir o leque de debates da sociedade.

2. Independência: a radiodifusão pública deve permitir a livre expressão e a circulação de informações, opiniões e críticas. Isso só é possível se a independência for preservada, da mesma forma que a liberdade frente às pressões comerciais ou ao poder político.
3. Especificidade: do serviço oferecido deve se diferenciar das produções comerciais, por meio de inovações e da criação de novos espaços e novos gêneros. Não se trata de produzir exclusivamente gêneros que não interessam aos serviços comerciais, tratando unicamente dos temas que os demais deixam de lado. Se trata de fazer as coisas de maneira diferente, de modo que o público diferencie a radiodifusão pública da comercial. (UNESCO, 2001, p. 13-15, tradução nossa).

Ao analisar o primeiro princípio básico pode-se afirmar que nenhuma emissora não comercial brasileira é pública, pois nem mesmo a TV Brasil alcança todos os cidadãos brasileiros em todas as localidades do país. Isso é ainda mais claro quando se trata das emissoras educativas em sinal aberto, as quais são locais e exibem conteúdo dentro do Estado onde estão localizadas; e dos canais universitários na TV a cabo, que só são acessíveis para aqueles que tem condições financeiras de pagar por um pacote. Nem mesmo a transmissão de conteúdos por redes sociais e por plataformas de compartilhamento de conteúdos pela internet permite que a programação dessas emissoras chegue a todos os brasileiros, uma vez que grande parcela da população não tem acesso à internet de qualidade.

Em relação à diversidade, há uma limitação nos temas tratados, pois a totalidade das televisões universitárias tem como foco de suas programações na divulgação das atividades das instituições de ensino, mas são escassos os programas voltados a tratar de temas exteriores à universidade, seja por meio do telejornalismo ou da produção cultural. Isso está diretamente ligado ao entrave que a TV universitária enfrenta de não saber se fala para o público em geral ou apenas para a própria comunidade acadêmica.

Esses objetivos influenciam diretamente na programação de uma TV, que passa a ser uma produtora da universidade com o propósito de veiculação apenas de conteúdos produzidos em seus campi. Em outros casos, as TVs são utilizadas como ferramenta de aprendizagem dos alunos de jornalismo e escoamento da produção acadêmica laboratorial, e tem ainda as TVs que são vistas apenas como instrumento de marketing da IES. (MARTELLI, 2012, p. 91).

Ao analisar a ligação direta das emissoras com instituições de ensino superior, pode-se notar que não são completamente independentes de conflitos políticos, pois muitas vezes servem mais como veículos institucionais do que como TVs públicas. A dificuldade financeira para manutenção da estrutura é uma constante nas emissoras universitárias, uma vez que a operação de um canal é uma atividade de alto custo, se comparada aos padrões de dispêndio normais das IES (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 07). No entanto, é preciso destacar que existe uma diferença significativa em relação ao financiamento das televisões universitárias, que privilegia as emissoras ligadas a IES particulares.

No caso das emissoras educativas abertas, o decreto lei 236, de 1967, determina que “as Universidades [...] deverão, comprovadamente, possuir recursos próprios para o empreendimento”. Já as emissoras que veiculam seus programas através do cabo são reguladas pela norma nº 13, instituída pelo Ministério das Comunicações em 1996, que autoriza, de certa forma, financiamento externo dos canais universitários quando estabelece que “é vedada a publicidade comercial nos canais básicos de utilização gratuita [...], sendo permitida, no entanto, a menção ao patrocínio de programas”. Não há nenhum instrumento regulador que diga quem, como e quando pode patrocinar, ficando a critério das instituições decidir quais são mais convenientes. (CALLIGARO, 2013, p. 29).

Dessa maneira, as instituições de ensino privadas dominaram os canais universitários, assim como já dominavam as concessões comerciais de radiodifusão. Segundo Prevedello (2013, p. 22), isso ocorreu porque as “instituições particulares têm maior capacidade de investimento e autonomia de gerenciamento e por isso se aproveitaram do espaço de forma imediata”.

Em relação à especificidade do conteúdo da televisão universitária é necessário entender que a programação dela é uma alternativa à lógica da televisão comercial. Esse contraponto já está determinado na aceção da TV universitária, que deve ter programação voltada à educação, cultura e cidadania (MAGALHÃES, 2002, p. 15), a qual se efetiva principalmente por meio da divulgação científica e de conteúdos educativos. Por outro lado, a TV universitária não tem se mostrado um campo fértil de experimentação de novos formatos e gêneros, uma vez que os poucos recursos financeiros disponíveis levam a um predomínio de produções que privilegiam a palavra, como entrevistas, debates e palestras, pois são gêneros com menor custo financeiro (CALLIGARO, 2013, p. 30).

Entretanto, as emissoras ligadas às IES brasileiras estão em busca de cumprir a missão, apontada por Ramalho (2013, p. 20), “de servir aos interesses públicos e atender aos preceitos do direito à informação e à liberdade de expressão, unindo o papel social da comunicação e o da universidade”, principalmente ao socializar o conhecimento gerado na academia. Possibilitando, assim, “o oferecimento de uma programação regional ética, plural e democrática, voltada à construção da cidadania e às produções culturais na e da comunidade em que está inserida”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao traçar as relações entre as finalidades da radiodifusão pública (UNESCO, 2011) e o trabalho desenvolvido pelas televisões ligadas às IES brasileiras, é possível concluir que elas ainda devem ultrapassar importantes barreiras para se concretizarem como emissoras públicas. Dessa maneira, a inserção delas dentro do Campo Público de Televisão se dá por causa do afastamento do modelo comercial e da impossibilidade legal de comercialização de intervalos da programação.

Tais emissoras ainda não são capazes de chegar à maioria da população brasileira, nem mesmo por meio da TV aberta, uma vez que as concessões educativas são locais. A programação também não é tão diversa quanto poderia e se volta majoritariamente a divulgação institucional e acaba por privilegiar formatos que demandam menos investimento financeiro e não se abre a experimentações. As dificuldades de manutenção também levam as televisões universitárias a terem dificuldades de manter independência em relação às instituições a que estão ligadas, os recursos vêm, quase sempre, dessa única fonte e por isso, as emissoras parecem mais institucionais do que públicas.

As contradições entre o conceitual e a prática são ainda mais sérias quando se trata de incluir as emissoras ligadas a universidades privadas, que estão nos canais de carregamento obrigatório dos pacotes de TV paga, no Campo Público de Televisão no Brasil. Elas estão ligadas às empresas privadas e podem se utilizar de um espaço público para atender aos interesses de seus mantenedores. Dessa maneira, as televisões universitárias exibidas por operadoras a cabo, são “quase públicas”, já que “o empreendimento é privado, mas o conteúdo editorial aproxima-se das televisões não-comerciais” (POECELLO, 2002, p. 08-09).

Mediante essa aproximação editorial elas continuam a ser consideradas integrantes do Campo Público de Televisão no Brasil.

As finalidades da radiodifusão públicas na sua totalidade parecem ser metas ainda não alcançadas pelas televisões universitárias, que se diferenciam das concessões comerciais mais por fazerem um contraponto a suas produções, seja por ter menor qualidade, seja por se voltar para o que produzido dentro das Instituições de Ensino Superior.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BIANCO, N. R. Del; PINHEIRO, E. B. Tensionamentos do viés educativo na origem e atuação do serviço de radiodifusão pública brasileiro. In: BIANCO, N. R. Del; KLÖCKNER, L.; FERRARETTO, L. A. **80 anos das rádios Nacional e MEC do Rio de Janeiro**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2017.

BRASIL. **Lei nº 4.117**, de 27 de agosto de 1962. Institui o Código Brasileiro de Telecomunicações. Brasília, DF, ago., 1962.

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. Brasília, DF, fev., 1967.

BRASIL. **Constituição (1988)**. Constituição da República Federativa do Brasil, de 5 de outubro de 1988. Brasília, DF, out., 1988.

BRASIL. **Lei nº 8.977**, de 06 de janeiro de 1995. Dispõe sobre o Serviço de TV a Cabo e Dá Outras Providências. Brasília, DF, jan., 1995.

BRASIL. **Lei nº 11.652**, de 7 de abril de 2008. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo ou outorgados a entidades de sua administração indireta; autoriza o Poder Executivo a constituir a Empresa Brasil de Comunicação – EBC; altera a Lei no 5.070, de 7 de julho de 1966; e dá outras providências. Brasília, DF, 2008.

CALLIGARO, D. TVs Universitárias: em busca de identidade e autonomia financeira. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública**. São Paulo: 2013. p. 27-32.

MAGALHÃES, C. M. **Manual para uma TV Universitária**. Belo Horizonte: Autêntica, 2002.

MAGALHÃES, C. M. Dossiê TV Universitária: 45 anos de experiência. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública**. São Paulo: 2013. p. 08-14.

MAGALHÃES, C. M.; OLIVEIRA, R. **Mapa 4.0: TV universitária brasileira**. ABTU/UNB: 2020. Disponível acesso em: <https://www.abtu.org.br/mapa-4-0>. Acesso em: 22 out.2020.

- MARTELLI, F. C. **TV Universitária: um modelo de gestão em construção:** TV Unaerp de Ribeirão Preto. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual Paulista, 2012.
- MARTELLI, F. C.; KERBAUY, M. T. M. TV Universitária: um modelo em construção entre o público e o privado. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública.** São Paulo: 2013. p. 15-18.
- OLIVEIRA, R. B. TV Universitária Pública: entre a sobrevivência e a convergência digital. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública.** n° 4, São Paulo: 2017. p. 06-09.
- PEIXOTO, F.; PRIOLLI, G. (Orgs.). **A Televisão Universitária no Brasil:** os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe. São Paulo: UNESCO, 2004.
- PREVEDELLO, C. **Televisões Universitárias Público-Estatais:** um breve eco da pluralidade rumo à digitalização no interior do Brasil. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.
- PRIOLLI, G. **Estatual ou Pública? A TV que não ousa dizer o nome.** Observatório da Imprensa, 2008. Disponível acesso em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/a-televisao-que-nao-ousa-dizer-o-nome/>. Acesso em: 1º fev. 2021.
- RAMALHO, A. R. **O Perfil da TV Universitária e uma Proposta de Programação Interativa.** 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade de São Paulo, 2010.
- RAMALHO, A. R. A contribuição dos Canais Universitários para a Comunicação Pública. **Revista ABTU – TV Universitária x TV Pública.** vol. 0, n° 0, São Paulo: 2013. p. 19-23.
- SANTOS, C. R. P dos. **A TV Pública não Pública:** as televisões não comerciais no Brasil. Jundiaí: Paco Editora, 2019.
- SIGNATES, L. Comunicação como Política Pública: as adversidades da consolidação de um conceito. In: SANTOS, Nádia Maria Weber; SILVA, Newton Pinto da; OLIVEIRA, Rodrigo Cássio (Orgs.) **Comunicação Pública no Brasil:** desafios e perspectivas; memórias e depoimentos. Porto Alegre: Editora Fi, 2019.
- TORVES, J. C. **Televisão pública.** Porto Alegre: Evangraf LTDA, 2007.
- UNESCO. **La Radio y Televisión Pública:** por qué? cómo?. Maio de 2011.
- VALENTE, J. C. L. **TV Pública no Brasil:** a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira. 2009. Dissertação (Mestrado em Comunicação) -