



## **Radiodifusão, Cabodifusão e Internet: os canais da TV universitária e suas diferenças<sup>1</sup>**

Valério Cruz BRITTOS<sup>2</sup>

João Martins LADEIRA<sup>3</sup>

Carine Felkl PREVEDELLO<sup>4</sup>

Jéssica M. Grohmann FINGER<sup>5</sup>

Universidade do Rio dos Sinos, São Leopoldo, RS

### **RESUMO**

O objetivo deste artigo reside em discutir as alternativas adotadas pelas televisões universitárias (TVUs) brasileiras para difusão de conteúdo. O acesso ao público e as soluções institucionais adotadas em três momentos distintos serão o problema a tratar. Encara-se o período em que predominam a radiodifusão, a cabodifusão e a transmissão pela internet como portadores de diferentes oportunidades para os envolvidos organizarem suas ações. A competição com canais comerciais, e todas as dificuldades envolvidas, aparecem como traço do primeiro momento. As possibilidades de ampliação da presença, mas restrição em relação à amplitude do público, são as marcas da Lei do Cabo. As oportunidades oferecidas pela difusão através da internet parecem, de um lado, radicalizar as possibilidades da fase da multiplicidade da oferta e, de outro, reduzir as exigências de profissionalismo.

**PALAVRAS-CHAVE:** TV universitária; radiodifusão; cabodifusão; internet.

### **INTRODUÇÃO**

No Brasil, o modelo de televisão pública nunca teve a importância experimentada nos países europeus. O caso específico das TVs universitárias (TVUs), confundidas, em grande parte, com os canais educativos, idealmente voltados à

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor titular no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), pesquisador do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade – CEPOS (apoiado pela Ford Foundation), doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas, pela Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), e vice-presidente da Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura (ULEPICC-Federación). E-mail: <val.bri@terra.com.br>.

<sup>3</sup> Bolsista de pós-doutorado CAPES/PNPD do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), pesquisador associado do grupo de pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade (Cepos), apoiado pela Ford Foundation. Doutor em Sociologia pelo Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro (IUPERJ). E-mail: <joamartinsladeira@gmail.com>.

<sup>4</sup> Doutoranda em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), mestre em Comunicação Midiática pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e pesquisadora do Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade – CEPOS (apoiado pela Ford Foundation). E-mail: <carineprev@gmail.com>.

<sup>5</sup> Graduanda em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) e bolsista Unibic junto ao Grupo de Pesquisa Comunicação, Economia Política e Sociedade – CEPOS (apoiado pela Ford Foundation). E-mail: <jessikfinger@gmail.com>.



veiculação de conteúdos à educação formal, é parte deste problema. A obrigação de estabelecer um marco regulamentar viável para o pleno funcionamento das emissoras universitárias espelha uma espécie de concordância pacífica sobre a importância de canais de serviço público, ao mesmo tempo em que revela a dificuldade de garantir meios que permitam seu funcionamento e operação eficiente. Deste modo, a busca por alternativas que garantam espaço de transmissão às TVUs, no embate por frequências de televisões abertas, no mercado de difusão a cabo que surge nos anos 90 ou como novas oportunidades decorrentes do amadurecimento da internet, mostra-se um problema relevante de discutir.

Trata-se de perseguir meios, para contornar dificuldades óbvias para tal segmento, na expectativa de cumprir a complexa tarefa que havia sido dada aos seus administradores. Se o sinal de TV é um recurso escasso, de interesse nacional e estratégico, distribuído pelo Estado na forma de um bem público, entender os modos através dos quais se luta por oportunidades para operar em tal mercado aparece como problema essencial de análise.

O cenário é complexo, misturando variáveis de diversos tipos. Num primeiro momento, as TVUs, voltadas à distribuição de educação e cultura, pareceriam fadadas a competir pelas concessões de sinais abertos e analógicos com as empresas de comunicação que ocupam tal setor. Tal embate vai obviamente se mostrar intensamente desigual. As razões são particularmente óbvias: quais as chances de instituições de ensino superior (IES) competirem com a capacidade de produção de corporações economicamente orientadas, em veloz e contínuo processo de profissionalização? Este vai ser o centro da contradição que ronda a atividade, ao menos até a década de 90, quando a obrigação legalmente garantida de trafegar o sinal das TVUs nos canais fechados a cabo introduz outra variável neste cenário. Nova contradição: ao mesmo tempo em que se reserva um espaço para estas televisões, concede-se a elas um meio restrito, deixando-se de resolver efetivamente o problema.

Especificamente em termos da luta por espaço de transmissão, estes são, em resumo, os principais traços que caracterizam a operação das TVUs. Todavia, tal lado do problema ilustra apenas uma faceta da questão. Não são apenas as normas legais, as oportunidades tecnológicas ou as reorganizações operacionais que caracterizam os imbrólios de tal segmento. Se as transformações possíveis de serem percebidas nestas



televisões espelham questões intrínsecas ao mercado nacional de audiovisual, ilustram, ao mesmo tempo, as consequências da própria expansão do ensino superior brasileiro. Afinal, não parece absurdo imaginar que o intenso aumento do número de universidades e centros universitários e a própria reorganização do ensino superior no país, ocorrido através de verbas para fundação de novas instituições, contratação de professores e abertura de cursos, crie novos personagens, ávidos por garantir espaço de difusão capaz de distribuir a produção de seus alunos, seja pelo interesse de cumprir a função pública que deveria legitimar a operação das TVUs ou como uma amostra das possibilidades técnicas da própria instituição.

Este conjunto multifacetado de questões é discutido a partir de um debate específico sobre as diversas estratégias de distribuição de conteúdo para os canais universitários: radiodifusão, cabodifusão e internet. Serão abordadas duas questões, a (re)organização do segmento das TVUs, em termos de lógica técnica e legal de funcionamento, e a transformação no cenário das instituições brasileiras de ensino superior. Quais as diversas maneiras pelas quais tais instituições tentam obter espaço de difusão utilizando as oportunidades disponíveis em diferentes momentos históricos? Como o cenário contemporâneo contra o qual se articulam está condicionado pela transformação do perfil destas instituições brasileiras de ensino superior? Quais são as consequências possíveis de supor, quanto à competição por espaço de difusão de conteúdo, frente às profundas mudanças nas instituições brasileiras de ensino, especificamente no que se refere pressão por espaço de difusão?

A fim de responder tais perguntas, o presente texto organiza-se em três partes, além desta introdução e das considerações conclusivas. Em primeiro lugar, são discutidas as opções para estabelecer os três marcos legais que vão orientar as televisões universitárias no Brasil: a radiodifusão, a cabodifusão e a distribuição via internet. Pressupõe-se que compreender tais normas é indispensável para se perceber como certas opções foram institucionalizadas no país. Os resultados concretos destas escolhas são considerados na parte subsequente, sendo então debatidas algumas conclusões sobre o cenário da produção universitária até meados do decênio de 2000. Uma especial atenção às transformações sistemáticas que marcam o ensino superior brasileiro é dada na última parte do artigo, com uma abordagem específica sobre as profundas reformulações nas IES, atentando para as possibilidades de pressão que a criação de grandes grupos



empresariais de ensino superior privado podem estabelecer.

### **A regulamentação possível para a difusão de TVUs no Brasil**

O interesse em proteger e regular as concessões de canais universitários é tão antigo quanto o esforço de instituir normas para os setores de telecomunicações e de comunicação de massa. O tema consta já no Código Brasileiro de Telecomunicações, de 1962, que se propunha a ordenar as atividades de transmissão e recepção de mensagens, sons ou símbolos difundidos através de rádio, televisão e telefonia. No modelo então estabelecido, as normas para a distribuição de frequências através de concessões apareciam como um dos principais problemas a tratar (BRITTOS, 2000). Para as empresas voltadas à exploração do negócio televisivo, a licença para radiodifusão seria outorgada por um período limitado, com renovações a cada 15 anos. A lista daqueles que poderiam obter tais concessões incluía empresas privadas que iriam explorar a TV brasileira como qualquer atividade econômica.

No Brasil, a televisão se pareceria muito mais com o modelo comercial adotado nos EUA que com o padrão europeu de redes públicas (BOLAÑO, 2007). A necessidade de garantir espaços específicos dentro do sistema de concessões de sinal aparece, então, como problema. Afinal, em paralelo às empresas de comunicação de massa, a lei de 1962 estabelecia, como possível participante na operação de canais, também as universidades. Na verdade, o texto chegava mesmo a indicar a preferência a tais instituições em determinadas circunstâncias, sem especificar claramente de que forma tal proteção deveria se dar.

Editado em 1967, o Decreto-Lei nº 236 complementaria o texto de 1962. Este segundo instrumento tratava de tópicos específicos à televisão. O texto continha diversas normas. Por um lado, o decreto restringia a um grupo específico de personagens o direito de executar serviços de radiodifusão, eliminando a participação estrangeira na propriedade ou mesmo na direção das empresas brasileiras de comunicação. De fato, este viés nacionalista se manteria ativo ao longo dos anos. Restrições à propriedade conjunta de um grande número de canais também seriam impostas: a partir de então, era possível controlar no máximo 10 estações, como modo de evitar a concentração do meio (JAMBEIRO, 2000).

Por intermédio desta mesma lei instituíam-se as televisões educativas. Conforme consta em tal decreto, esses canais “se destina[vam] à divulgação de programas



educacionais, mediante a transmissão de aulas, conferências, palestras e debates”. O texto indicava a tentativa de garantir certas prerrogativas, reservando canais para tal modalidade de TV em cidades com mais de 100 mil habitantes. Quanto ao tipo de publicidade a ser difundida, seria unicamente institucional, de apoio cultural. Paralelamente, frisava-se que as “as Universidades e Fundações deverão, comprovadamente possuir recursos próprios para o empreendimento”.

Estas iniciativas dizem respeito a um momento da história da televisão no qual o principal problema era ordenar a distribuição de frequências analógicas entre os diversos personagens que manifestavam interesse em participar do setor. Os limites técnicos de então aparecem com mais clareza nesta necessidade de definir os mecanismos pelos quais se garante regras de distribuição que contemplem todos os participantes da atividade. De um lado, existe a importância de assegurar espaço para as empresas que serão, de fato, as de maior destaque nas décadas futuras. De outro, observa-se o imperativo de manter determinadas instituições a capacidade de prover conteúdo que siga normas de excelência, numa contradição clara. Some-se a isso o processo altamente duvidoso através do qual as concessões para TVs em geral foram distribuídas no país, e tem-se claro o cenário de uma dificuldade para as televisões universitárias em viabilizarem seus espaços.

O intervalo de tempo que separa a norma de 1967 do próximo texto que vai tentar ordenar o mercado televisivo no país é de 28 anos. As regras para televisão a cabo, a despeito da aparente desconexão com o tema das televisões educativas, são definidas em 1995 (RAMOS, 1999). Seu interesse central estava em tratar sobre uma atividade nova e de real interesse para o mercado. É possível perceber tal relevância com uma rápida vista de olhos sobre poucos dados. Já em 2001, primeiro ano para o qual tanto informações de consumo quanto de rendimento estão disponíveis, contava-se 3,5 milhões de assinantes de televisual pago; 2,1 milhões em serviços de cabo e 1,4 milhões em serviços de satélite, compondo um segmento de faturamento total igual a R\$ 2,6 bilhões. Em 2010, seriam 9,8 milhões de assinantes; cinco milhões em serviços de cabo e 4,8 em serviços de satélite. O faturamento total para aquele ano seria de R\$ 12,3 bilhões (ABTA, 2010).

Um dos aspectos relevantes na criação da Lei do Cabo é a obrigação das concessionárias distribuírem também canais de uso público, destinados a universidades,



comunidades e órgãos que tratam de educação e cultura, entre outros. Para as televisões universitárias, esta seria uma nova oportunidade, de intensa importância no que se refere ao espaço que abre e, mais especificamente, à forma através da qual cria uma nova oportunidade, escapando da competição por canais abertos (BOLAÑO; BRITTOS, 2007). Ao passar ao largo da necessidade de disputar frequências com poderosos grupos econômicos, abrem-se oportunidades rapidamente aproveitadas. Some-se a isso o fato desta possibilidade relacionar-se aos sistemas de distribuição de audiovisual por assinatura, serviços prementes por conteúdo que permitam operar diversos tipos de canais durante longos períodos de tempo, e tem-se uma nova oportunidade de interesse, em termos da operação das emissoras universitárias.

A lei veio, contudo, acompanhada de um importante detalhe. Dizia o texto: o canal disponível seria “reservado para o uso compartilhado entre as universidades localizadas no município ou municípios da área de prestação do serviço”, forçando as instituições a competir por um lugar na grade de programação do canal por elas compartilhado. Portanto, é importante pontuar que a Lei da TV a cabo, ao mesmo tempo em que gerou oportunidades concretas à estruturação dos canais de televisão universitários, também evidenciou um conflito característico ao da gênese dos meios de comunicação no Brasil. As instituições de ensino de direito privado, mesmo as sem finalidade lucrativa, por possuírem maior autonomia de gerenciamento e mesmo capacidade de investimento, além de necessidade de repercussão social, aproveitaram esse espaço de forma imediata, constituindo-se hoje – em algumas das mais importantes capitais do país, e mesmo no interior dos estados – nos principais núcleos produtores e coordenadores das grades de televisão universitária. Já as instituições públicas, pela dificuldade de reunir recursos específicos para a aquisição de equipamentos e com um quadro de recursos humanos tendencialmente restrito, na área de Comunicação, caminham a passos mais lentos. Das emissoras ligadas à Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), a principal entidade representativa do setor, boa parte é vinculada a universidades privadas, filantrópicas ou sem finalidade lucrativa.

Pela primeira vez, tais canais poderiam contar com um espaço específico, dentro de um modelo que preza não mais pela escassez de frequências abertas disponíveis, mas pela ampliação da quantidade de espaços para distribuição de conteúdos, como um indício de uma fase para o audiovisual na qual a multiplicidade de ofertas distintas



parece ser o lema (BRITTOS, 2010). Produzida a partir da expansão dos canais pagos, as transformações que estabelecem a cabodifusão como um modelo distinto abre novas possibilidades também para a modalidade de TV que interessa a este artigo. Perceber tais desdobramentos remete à obrigação de discutir alguns dados concretos sobre as TVUs no país.

### **Um mapa da distribuição das televisões universitárias**

Um panorama sobre as estratégias adotadas pelas televisões universitárias na administração de suas oportunidades de distribuição aparece como tarefa central de executar, a fim de oferecer substância ao debate anteriormente empreendido sobre marco regulatório. Infelizmente, os dados disponíveis são bastante escassos. O único levantamento já empreendido sobre o tema é o censo produzido em 2004 pela ABTU. Como se a idade dos dados em si não bastasse, o intervalo de tempo que separa a produção de tais informações da redação deste artigo engloba novas oportunidades tecnológicas. O desenvolvimento do *streaming* de audiovisual pela internet é, certamente, o mais notável, embora não o único. Deste modo, as informações que se seguem, especialmente naquilo que se refere à web, devem ser tomadas com cuidado, tratando-se de uma abordagem impressionista sobre o segmento. Porém, a despeito do largo conjunto de modificações possíveis de presenciar, as conclusões da análise que se segue permitem pensar em tendências com intensa força lógica, indicando uma trajetória que dificilmente terá se esgotado.

No ano de 2004 existiam 56 televisões universitárias em operação no país, segundo tais informações. Os resultados indicam uma clara importância dos sistemas fechados de distribuição. Esta constatação pode ser percebida de várias perspectivas. Não parece coincidência que, do total de TVUs em operação naquele momento, 43 tenham sido fundadas após 1995, data de promulgação da Lei do Cabo. Nas duas décadas e meia que separam 1969, data de criação da TV Universitária UFPE, e esta outra lei, apenas oito emissoras entrariam em operação, uma a cada três anos. Já entre 1996 e 2004, o ritmo é de cinco canais por ano. Por outro ponto de vista, demoraria 30 anos, entre 1969 e 1999, para que metade do número total de TVUs em atividade em 2004 viessem a entrar em funcionamento. Por outro lado, os quatro anos que sucedem 2000 seriam suficientes para que a segunda metade do total de produtoras passasse a operar. Tais informações oferecem o primeiro indício da intensa relevância da Lei do





Cabo no funcionamento das TVUs, permitindo indagar se a principal explicação para tal fenômeno não seria a dificuldade em obter concessões de sinais abertos.

**Tabela 1 – Televisões universitárias no Brasil, 1969-2004**

Ano	TVUs
1969 – 1973	2
1974 – 1978	0
1979 – 1983	0
1984 – 1988	1
1989 - 1993	4
1994 - 1998	17
1999 - 2003	24
2004	3
Total	51

Fonte: elaboração própria.

Um segundo dado é a intensa concentração geográfica de tais emissoras. Reunidas, as regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte somam 13 delas, em contraposição às 43 que se encontram no Sul e Sudeste. A disparidade é evidente: praticamente três em cada quatro TVUs estão em uma destas duas regiões, uma área correspondente a 1/5 do território nacional. Ao mesmo tempo, apenas o Sudeste concentra 43% deste total. Mais marcante: só o estado de São Paulo reúne 20% deste valor. A heterogeneidade estrutural presente na própria organização da economia brasileira funciona como uma explicação suficientemente convincente para tal resultado. Todavia, a divisão por estados guarda algumas surpresas. Os locais que concentram número significativo de iniciativas são Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, e Paraná. O Rio de Janeiro aparece apenas na sexta posição, dado curioso, uma vez que reúne os principais produtores audiovisuais do país.

Igualmente merece atenção o esforço de identificar a localização de tais televisões, entre as capitais dos estados e o interior. Considerando os dados para todos os estados do Brasil, a divisão é bastante homogênea: 57% das TVUs estão no interior; 43%, nas capitais. O quadro transforma-se quando se percebe o mesmo comportamento em termos regionais. Mais da metade de todos os casos dizem respeito às televisões em operação no interior do Sul e Sudeste: são 40 ocorrências, ao total. O número de TVUs nas capitais das duas regiões não chega nem à metade deste valor. A comparação com as mesmas circunstâncias nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e Norte revela a





discrepância: são apenas 3,6%. A porcentagem somada para as capitais chega a 12%. Curiosamente, as televisões universitárias aparecem como algo típico às instituições de ensino superior localizadas fora das capitais. Pode-se levantar, como hipótese, que a força das emissoras universitárias no interior deve-se à baixa midiaticização da realidade desses locais por parte das emissoras comerciais, mas tal perspectiva carece de estudos específicos para comprovação.

**Tabela 2 – Distribuição das TVUs nas diversas regiões entre interior e capital**

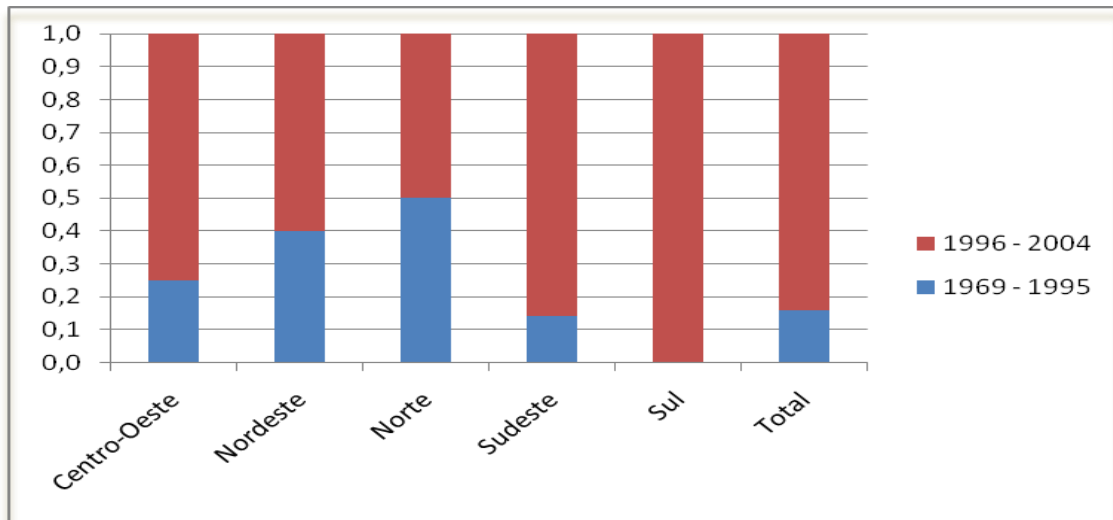
Regiões	Interior	Capital	Total
Centro-Oeste	1	3	4
Nordeste	1	4	5
Norte	0	4	4
Sudeste	16	8	24
Sul	14	5	19
Total	32	24	56

Fonte: elaboração própria.

Pode-se relacionar ambas as questões anteriormente trabalhadas, em busca de uma perspectiva mais consistente. Relacionar a quantidade de TVUs antes e depois da Lei do Cabo em cada região ajuda a explicar o desenvolvimento intenso do modelo a partir de tal texto. Exatamente para as regiões Sul e Sudeste o impacto da lei de 1995 parece ser mais intenso. No caso da região Sul, este impacto é especialmente marcante. O gráfico a seguir descreve a razão entre as emissoras que surgem antes e depois de 1995 em relação ao total de TVUs em atividade. As informações apontam como, para algumas regiões, 1995 foi um ano essencial. A região Sul, por exemplo, que em 2004 concentrava 34% das TVUs, não possuía sequer um canal deste tipo antes de 1995. Resultado muito semelhante aparece para a região Sudeste: praticamente quatro em cada em cinco das televisões universitárias em atividade no ano de 2004 haviam sido fundadas após 1995.



**Gráfico 1 – Razão entre o total de televisões universitárias em operação antes e depois de 1995 em relação ao total de TVUs**



Fonte: elaboração própria.

Esta avaliação preliminar será de intensa importância para observar o ponto central do artigo: a forma como as TVUs se comportam em relação às três possibilidades de difusão de sinal de televisão: sinal aberto, fechado e internet. No período estudado, é curioso perceber que grande parte delas utiliza apenas uma entre as três opções. Nenhuma reúne as três possibilidades e apenas 10 possuem distribuição tanto em sinal aberto quanto fechado. Apesar do fato dos valores se superporem, é relevante afirmar que, entre o total de TVUs, 22 distribuem conteúdo através do sinal aberto, 43 pela alternativa do cabo e cinco disponibilizam suporte para a web. Agregar a questão da simultaneidade com o problema da distribuição geográfica oferece os seguintes resultados. Ao se unir as regiões Centro-Oeste, Norte e Nordeste, apenas três emissoras utilizam duas plataformas simultaneamente. Já no Sul e Sudeste esse número salta para 11. Os resultados estão intensamente dispersos, mas Minas Gerais é o estado que concentra maior quantidade de casos, num total de três.

Outro fator a ser considerado diz respeito à distribuição das TVUs segundo sua localização. O estudo aponta um quadro curioso: fora das capitais, a plataforma mais utilizada é a TV fechada; nas capitais, a TV aberta. Ainda, o número de televisões universitárias que utiliza o sistema fechado é duas vezes superior às que usam o sinal aberto. Dessa maneira, percebe-se um paradoxo, no fato de que a grande maioria das universidades que possuem um canal de televisão encontra-se fora da capital. Ora,



se, em regra, as maiores e mais influentes universidades, tais como as federais, localizam-se nas capitais, presumir-se-ia que ali houvesse uma maior concentração de canais universitários. Porém, o resultado indica que o fenômeno da televisão universitária caracteriza-se por ser uma atividade concentrada em instituições do interior, intensamente dependentes dos sistemas fechados de distribuição.

**Tabela 3 – Distribuições de TVUs nas diversas regiões em relação aos sistemas aberto e fechado**

Regiões	Aberto	Fechado	Net
Centro-Oeste	2	2	0
Nordeste	3	4	0
Norte	4	1	0
Sudeste	7	20	2
Sul	6	16	3
Total	22	43	5

Fonte: elaboração própria.

Neste sentido, algumas considerações podem ser empreendidas a partir dos dados expostos. Avaliando-se as tipificações encontradas na pesquisa empírica sobre as televisões universitárias em atividade nas instituições brasileiras, considerando essencialmente os sistemas de transmissão e produção, é possível agrupar os modelos estruturais em cinco grupos predominantes:

a) TVs detentoras de canal próprio, modelo que é subdivido em:

a.1) programação unificada e transmissão em sinal aberto: modelo existente nos casos onde a emissora obteve a concessão como televisão pública e educativa, e também encontrado para emissoras de instituições privadas (caso da Ulbra TV, em Porto Alegre). É caracterizado pelo gerenciamento unificado da grade de programação, por não haver compartilhamento com outras instituições, ou – em casos atípicos, como a UFG, recém fundada e sem capacidade de estruturação de grade própria – pela ancoragem de canal público de abrangência nacional (TV Brasil). Pode ser considerado o modelo ideal de transmissão a ser atingido, por possibilitar abrangência de audiência em televisão aberta, que consiste no objetivo das negociações políticas de muitas das emissoras públicas vinculadas aos canais por assinatura.

a.2) programação compartilhada e transmissão paga: ocorre maciçamente através da Net e demais operadoras de TV a cabo em todo o Brasil, com uma distinção ainda de



exibição operacional desvinculada (envio de fitas com a programação editada e gravada para ser veiculada em intervalos específicos) e exibição operacional conjugada (quando as próprias emissoras universitárias possuem antena de transmissão, sistema de programação independente e apenas emitem seu sinal à operadora de cabo). É caracterizado como um Canal Universitário compartilhado por diversas instituições de ensino superior atuantes no setor audiovisual na área de abrangência da operadora de televisão paga. Apesar de não consistir em autonomia da totalidade da grade, todas as IES são consideradas detentoras do canal, por assim estarem amparadas através da Lei 8977.

b) WebTV, modelo subdividido em:

b.1) retransmissoras da programação linear: emissoras que possuem sítios na internet com janela para exibição ao vivo da mesma programação transmitida pela televisão aberta ou por assinatura.

b.2) compiladoras de vídeos selecionados: sítios estruturados especificamente para postagem de vídeos selecionados ou eventuais, não constituindo grade de programação.

b.3) canal exclusivo via web: instituições que estruturam portal para transmissão de produção audiovisual exclusivamente via internet, através de inserções ao vivo, programação linear ou esporádica.

c) Produtoras periféricas: modelo característico de instituições que mantêm um núcleo de produção audiovisual, entretanto com rendimento limitado. São produtoras periféricas em comparação às TVs detentoras de canal próprio, por oferecerem programas eventuais a canais alheios, que não tem vinculação direta com a universidade, e que veiculam esses produtos inseridos em uma grade gerenciada por emissora independente da instituição de ensino.

É importante perceber a presença de um modelo híbrido de transmissão simultânea pela televisão aberta e pela televisão a cabo. São os casos de TVs que obtiveram concessão de canal educativo e, com a Lei 8977, puderam também oferecer a programação no sistema por assinatura, por se enquadrarem nos critérios dos canais de acesso público. Além dessas situações, a mais comum entre as emissoras universitárias é a exibição por cabodifusão junto a um link associado às páginas das universidades na web, em que são armazenados vídeos de reportagens ou coberturas especiais.



A convergência, enquanto processo de proposição de uma nova relação entre o veículo de mídia e seu público, já é uma realidade nas TVs universitárias. Independente das dificuldades de transição para o modelo de televisão digital, as iniciativas de estímulo à interatividade e ao desenvolvimento de um processo participativo de produção encontram ressonância nos procedimentos adotados pelos canais universitários públicos, especialmente através da migração para a internet.

Não obstante a maioria das TVs, possivelmente, já operar hoje com produção digital, o que não significa alta definição, as defasagens operacionais e de sistemas de transmissão, que prejudicam a própria qualidade do sinal de programação, impediriam uma inserção qualificada no Sistema Brasileiro de Televisão Digital (SBTVD), em curto prazo. Alguns novos modelos de interação com o telespectador, como o uso de produção compartilhada, tem sido testados. Uma ressalva para o melhor aproveitamento técnico do sinal digital seria a possibilidade de um sistema de transmissão associado ao espectro que eliminasse eventuais interferências no sinal das programações emitidas por antenas próprias, o que favoreceria a qualidade de imagem.

### **Transformações no setor universitário na fase da multiplicidade da oferta**

As décadas de 90 e 2000 são notáveis do ponto de vista das intensas transformações na organização das instituições de ensino superior no Brasil. De um lado, sua própria expansão física é digna de nota. De outro, há uma mudança na estrutura de organizações das IES, principalmente as privadas, com uma intensa profissionalização e a organização de muitas delas como empresas capitalistas, dispostas a se expandir até os limites disponíveis. De uma mesma maneira, o final da década de 2000 presenciou investimentos significativos também nas instituições públicas, gerando novos elementos para a discussão que se espera travar aqui: o modo através do qual uma imensa oferta de ensino superior pode ter consequências para o surgimento de novas estruturas de difusão da produção realizada em seu âmbito, especificamente as televisões universitárias. Tal constatação parece intensamente relevante, em especial para se perceber uma faceta específica dos desdobramentos da fase contemporânea de organização dos meios de comunicação, na qual a multiplicidade da oferta é capaz de alcançar mesmo os canais de comunicação presentes em instituições de ensino.

É digno de nota, entre este conjunto de transformações, o ritmo de surgimento de



novas instituições privadas no Brasil. A comparação entre os números de ambas revela a questão. Em 1998, existiam no país 209 IES. Em 2009, este número aumentaria modestos 15%, passando para 245 instituições. Todavia, no mesmo período, o total de universidades privadas cresceria de 764 instituições para 2.069, uma variação de 170%, substantivamente maior. As informações disponíveis para os projetos de financiamento oferecidos para essas instituições permitem perceber a lógica da sua organização. Como um índice de sua importância, vale notar que, entre 1997 e 2007, o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) destinaria uma linha específica para o segmento. Observar este conjunto específico de investimentos ajuda a perceber qual a lógica de sua organização. Neste período, os gastos em tais instituições totalizariam R\$ 1,221 bilhão, com R\$ 525,7 milhões providenciados por este banco estatal. Parte significativa de tais gastos se destina a obras de estrutura: de cada R\$ 100,00 gastos, R\$ 77 foram dedicados a este quesito, permitindo a criação de espaços para ensino e atividades correlatas (GUIMARÃES, 2010).

Não seria absurdo imaginar que boa parte das instalações necessárias para garantir a operação destas TVUs tenham sido obtidas a partir de tais financiamentos. Curioso é perceber que, no total, seriam atendidas 48 instituições durante tal período. Apesar do número ser bastante reduzido, diferenças claras podem ser identificadas entre instituições públicas e privadas, mesmo neste universo. Deste total de IES, 45 são privadas; apenas três públicas. Além de representarem o maior número de instituições atendidas, indicam também a maior parcela de valor. Uma parcela imensa deste total iria para as instituições privadas: 92% do valor total teria como destino este primeiro grupo; apenas 8% se destinaria ao segundo. É importante perceber a extensa concentração deste financiamento. Afinal, apenas um conjunto muito pequeno iria concentrar tais valores.

Apesar do perfil, num primeiro momento, intensamente disperso destas instituições privadas, a partir de determinado momento tem início um intenso movimento de consolidação, capaz de produzir gigantescos grupos econômicos. Universidades como Estácio, Kroton e Anhanguera aparecem como nomes facilmente identificáveis neste cenário, em grande parte a partir de uma política de aquisições intensamente agressiva. Em 2011, a Estácio chegaria a 230 mil alunos, com planos de dobrar este número até 2015, seja através de aquisições ou da captação própria. A



Anhanguera obteria marcar de 300 mil alunos. Lucros significativos, como aquelas das Estácio, na marca dos R\$ 80,6 milhões para o ano de 2010, valor 27% em relação a 2009, ou da Anhanguera, em R\$ 123 milhões, seriam resultados econômicos possíveis de alcançar devido às condições deste momento. A associação com instituições financeiras, como fundos de investimento, seria outra possibilidade presenciada neste momento. Instituições como a Anhanguera conseguiriam acesso a fundos de investimentos como o Pátria, o que lhe permitiria gastar valores como R\$ 82 milhões.

As contradições que podem surgir deste cenário são evidentes. Desde o surgimento e a consolidação dos primeiros canais universitários, estabeleceram-se modelos editoriais e estruturais diversos. A começar pela inserção em universidades públicas ou privadas, o que opõe, de um lado, um modelo teoricamente detentor de maior autonomia na estruturação de um perfil editorial independente, por haver menor interferência de pressão comercial, a outro mais identificado com a autopromoção, quando se trata de instituição voltada para resultados financeiros. Essa é uma oposição entre a prioridade pelo interesse público, através de programação identificada com a ciência, cidadania e valores locais; e o foco no interesse privado, no caso daquelas instituições que buscam referendar-se estrategicamente no mercado através de uma programação que trabalhe valores de marketing institucional e fortalecimento das ações da entidade junto à comunidade. Isso não quer dizer, contudo, que ambas as matrizes não possam ser verificadas no sentido oposto. Um exemplo disso é uma universidade pública que faz a opção de centrar seu modelo editorial de televisão universitária na promoção de seus dirigentes, numa clara estratégia de uso político do veículo que deveria servir à instituição.

No modelo independente, ainda é possível traçar distinções entre perfis editoriais, que oscilam entre as TVs essencialmente institucionais, que priorizam o trabalho de assessoria de comunicação, divulgando de uma forma abrangente as atividades universitárias e utilizando-se, para isso, de servidores do quadro da instituição; as televisões-laboratório, que ancoram os programas nos resultados de disciplinas desenvolvidas pelos Cursos de Comunicação; e ainda um modelo híbrido, que mescla essas duas situações, sem identificar-se fortemente com uma ou outra. É evidente que, ao se falar em modelo editorial independente, o objetivo é evidenciar uma relação de um órgão autônomo dentro de uma instituição pública, administrado por





funcionários de carreira, que possuem condições de traçar diretrizes e dirigir o núcleo de acordo com finalidades exclusivas e adaptadas ao caráter de uma televisão, o que não quer dizer, entretanto, que essas relações estejam imunes à interferência política e, portanto, a alterações editoriais resultantes de mudanças de administração nas universidades. Os desdobramentos de todas estas contradições são um tema em aberto, ainda por se observar, especialmente no que diz respeito à luta por espaço de difusão de conteúdo.

Sustenta-se, de toda forma, que a abordagem do papel dos canais universitários, em específico, é fundamental que seja acrescida na futura Lei de Comunicação Social que se espera o Brasil venha a ter. É verdade, como afirma EAGLETON (2005) que “só por meio de uma democracia plenamente participativa [...] poderiam ser abertos plenamente os canais de acesso para dar vazão a essa diversidade cultural”. Mas também é verdade que ambos não se constrói sem espaços midiáticos plurais, onde as TVUs devem ter um papel essencial, pela própria diversidade de pensamento que constitui a universidade.

### **Considerações conclusivas**

O ciclo de contradições indicado no início deste artigo parece se encontrar: de um lado, as televisões universitárias em sua gênese haviam se visto premidas a uma posição periférica, em comparação com os empreendimentos econômicos progressivamente maiores, destinados a explorar o mercado televisual. Sua capacidade de exercer o serviço público ao qual haviam sido destinadas encontrava-se em risco pela escassez de oportunidades em obter o recurso básico à sua operação: as concessões de operação. Paulatinamente, abrem-se novas oportunidades políticas e técnicas, garantindo algum espaço para sua atuação. Todavia, a contradição fundamental, a dificuldade de cumprir a função que legitimaria a própria existência das TVs universitárias, ressurgiu em outro patamar, com o surgimento recente de grandes negócios na área.

O problema, contudo, é multifacetado, e envolve questões de natureza complementar a este problema inicialmente tratado. No aspecto da discussão política, inicialmente há um desconhecimento generalizado a respeito das possibilidades de inserção das televisões universitárias no sistema digital, até porque há também falta de informações sobre a implantação do SBTVD e da própria transição para a televisão



digital. Observa-se, fundamentalmente, atuação em duas frentes, que, com a digitalização, cruzam-se. Na primeira, o ativismo da ABTU junto ao Governo Federal, no sentido de negociar espaço dirigido às emissoras universitárias no SBTVD, sendo as instituições privadas que teriam condições de fazer tal ocupação mais rapidamente. Por outro lado, e como segunda frente, há o empenho político de algumas das emissoras ligadas a instituições públicas em obter concessões de canal educativo em sinal aberto, o que eliminaria a permanência em audiência segmentada, independente da migração para o espectro digital.

A definição por uma programação mais alinhada a questões como identidade local ou cidadania passa pelo modelo editorial adotado pelo canal de televisão. Por esse motivo, paralelo ao fato de que as direções de departamentos públicos passam sempre por uma conotação política, e não necessariamente técnica, talvez a função de assessoramento e divulgação das atividades institucionais e mesmo administrativas da universidade possam ter maior visibilidade em relação a pautas relacionadas a uma linha editorial que tenha ao menos intencionalmente a pretensão de trabalhar valores de interesse público. Considera-se, nesse caso, a existência de uma linha editorial pré-determinada politicamente pela direção, mas ressalta-se também a possibilidade de não haver uma definição editorial objetiva em muitas TVUs. É preciso ressaltar ainda que o desenvolvimento do padrão tecno-estético dos canais universitários públicos está alinhado ao binômio limitação-experimentalismo, o que significa que as restrições em condições técnicas não correspondem ao padrão hegemônico. Esta despreocupação com as implicações de alta audiência e relações econômicas pode favorecer a adoção de um perfil alternativo, seja em formato ou conteúdo de programação.

Precede a essa questão o fato de que as televisões universitárias não precisarão preocupar-se imediatamente com a transição para o paradigma digital, caso permaneçam em operações de cabo, que não terá migração direta, como acontece com os canais de sinal aberto, até 2016. Entretanto, para as emissoras universitárias hoje detentoras de concessões de canal educativo, a adequação é obrigatória. Independente da negociação política, que pode apresentar uma oportunidade histórica de colocação estratégica da programação das TVs universitárias, o desconhecimento acerca da iminência do paradigma digital constitui-se como barreira à modernização dessas emissoras. Porém, a ameaça para o compromisso público reside na ausência de interesse



neste pressuposto público mantido por instituições altamente racionalizadas e organizadas, indicando, para o futuro, novas contradições sobre o funcionamento das televisões universitárias no Brasil.

### Referências bibliográficas

- ABTA. **Resultados setoriais: TV por assinatura – operadoras.** São Paulo: ABTA, 2010.
- BOLAÑO, César. **Qual a lógica das políticas de comunicação no Brasil?** São Paulo: Paulus, 2007.
- BOLAÑO, César; BRITTOS, Valério. **A televisão brasileira na era digital.** São Paulo: Paulus, 2007.
- BRITTOS, Valério. Os 50 anos da TV brasileira e a fase da multiplicidade da oferta. **Observatório** – Revista do Obercom, n. 1, p. 47-59, 2000.
- BRITTOS, Valério. Digitalização, democracia e diversidade na fase da multiplicidade da oferta. In: BRITTOS, Valério (Org.). **Digitalização, diversidade e cidadania: convergências Brasil e Moçambique.** São Paulo: Annablume, 2010. p. 17-29.
- EAGLETON, Terry. **A idéia de cultura.** São Paulo: UNESP, 2005.
- GUIMARÃES, André Luiz de Souza; LEAL, Rodrigo Mendes; LIMA, Jorge Cláudio Cavalcante de Oliveira; SÉCCA, Rodrigo Ximenes; MENEZES, Natalia Maria Lopes. O financiamento do BNDES ao ensino superior: uma avaliação dos impactos do primeiro Programa IES. **Revista do BNDES**, Rio de Janeiro, v. 33, 2010.
- JAMBEIRO, Othon. **Regulando a TV: uma visão comparativa no Mercosul.** Salvador: EDUFBA, 2000.
- RAMOS, Murilo. **Televisão a cabo no Brasil: desestatização, re-privatização e controle público.** In: CAPPARELLI, Sérgio (Org.). **Enfim, sós: a nova televisão no Cone Sul.** Porto Alegre: L&PM, 1999.