
Televisão universitária e o desafio da sustentabilidade: a experiência da TV Unesp

Ana Silvia Lopes Davi Médola¹

Resumo: O presente artigo descreve a experiência da TV Universitária Unesp, em Bauru, refletindo sobre os objetivos de uma TV Universitária no contexto de digitalização. A ênfase da argumentação recai sobre o papel desse segmento na produção de pesquisas e de conteúdos audiovisuais. Ao demonstrar o potencial de inovação no desenvolvimento de formatos de programas no ambiente digital interativo, sugere ser a pesquisa um dos caminhos para encontrar soluções capazes de garantir a sustentabilidade das emissoras universitárias.

Palavras-Chave: Televisão Universitária; Televisão Interativa, TV Unesp, Pesquisa em Televisão.

Abstract: This paper describes the Unesp University TV experience, in Bauru, reflecting on the goals of a university TV in the context of digitalization. The emphasis of the argument rests on the role of this segment in terms of audiovisual content research and production. By demonstrating the potential for innovation in the development of program formats on interactive digital environment, suggests that research is one of the ways to find solutions that ensure the sustainability of university TV stations.

Keywords: University Television, Interactive Television, TV Unesp, Research in TV.

Introdução

Falar da experiência de uma televisão digital em canal aberto, mantida por uma universidade pública, portanto, emissora universitária, com finalidade de transmitir programação de qualidade, cultural e educativa, é discorrer sobre um projeto de difícil construção em face não apenas da hegemonia da televisão comercial no Brasil, mas também da falta de regulamentação e de políticas públicas claras para emissoras com estas características, mesmo que já tenham uma trajetória de contribuições relevantes nas áreas de divulgação cultural e

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (UNESP-Bauru). E-mail: asilvia@faac.unesp.br

científica. De acordo com Cláudio Magalhães (2013), a televisão universitária brasileira, enquanto segmento, sempre enfrentou dificuldade seja para produzir como para garantir seus espaços de exibição. Antes da lei do cabo, aproximadamente duas dezenas de instituições de ensino se organizaram para operar emissoras de televisão. É talvez o segmento mais antigo do chamado “campo público de televisão” (I Fórum Nacional de TVs Públicas, 2006), sendo a primeira TV Universitária instalada em Recife em 1967 pela Universidade Federal de Pernambuco. A partir da Lei 8.977, de 1995, conhecida por Lei do Cabo, instituiu-se “os canais básicos de utilização gratuita”, nos quais estão incluídos os universitários. Este foi um dos fatores para o aumento no número de TVs universitárias, sendo que atualmente mais de 150 instituições de ensino superior mantêm estruturas de produção e exibição de conteúdos audiovisuais.

Mas se na TV por assinatura as televisões universitárias têm distribuição garantida, no cabo, o cenário tecnológico que se avizinha em um futuro bem próximo não é nada animador. No caso do sistema DTH (Direct To Home), as universitárias não conseguem ocupar o canal dedicado a elas, e, atualmente, na TV aberta, preocupa o processo do apagão analógico por dois motivos: muitas instituições não têm aporte financeiro para digitalizar o sinal e em muitos casos não conseguiram canal no espectro digital, resultado da possibilidade de destinação da faixa dos 700 Mega Hertz às operadoras de serviço de internet e 4 G. A TV Unesp não está sob essa ameaça, tendo em vista que foi estruturada do ponto de vista tecnológico para produzir e transmitir em sinal digital e, por essa razão, constitui uma experiência de televisão universitária a ser observada.

Como em qualquer objeto observado é a visada do sujeito da observação que determina a perspectiva de análise, deixamos explícito ao leitor que o ponto de interesse da discussão aqui apresentada diz respeito aos propósitos de uma TV Universitária, pública, em sinal aberto e, agora digital. Isto é, o que justifica a existência de uma televisão aberta mantida por universidade pública no Brasil?

Desdobramento das discussões realizadas durante o I Colóquio Internacional em Mídia Digital, ocorridas na cidade mineira de Juiz de Fora, no

final de 2013, por iniciativa do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, os apontamentos e as argumentações que se seguem, tomam como objeto de reflexão o processo de implantação da TV Unesp, emissora da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, instalada na cidade de Bauru, no Estado de São Paulo. E a partir da análise das motivações e dos objetivos desta experiência em TV digital pretendemos pensar os desdobramentos possíveis das contribuições da produção universitária para o ecossistema convergente da digitalização dos meios.

Os modelos de TVs universitárias no Brasil afora são bastante variados e as características próprias e peculiares de uma dada experiência, configurada a partir das condições efetivas para a sua ocorrência, muitas vezes não refletem o segmento como um todo. É o caso da TV Unesp que dispõe de um parque tecnológico moderno, superior aos de muitas emissoras comerciais de pequeno porte instaladas no interior do país, transmitindo em plataforma digital. Apesar da especificidade dessa experiência não refletir a realidade da maioria das estruturas instaladas nas universidades que se propõem a implantar sua televisão, entendemos que a reflexão sobre este caso específico deve corroborar para a compreensão do caráter mais abrangente que rege a constituição e a atuação das emissoras universitárias. Nesse sentido, torna-se relevante repensar os objetivos que norteiam a atuação destas televisões, além das motivações mais evidentes como a divulgação científica e institucional e a transmissão de conteúdo mais qualificado, se comparado aos encontrados nos canais comerciais regidos pela lógica mercantil da publicidade em busca das audiências massivas. Embora esses motivos sejam evidentes, podem não ser suficientes para que uma universidade estruture e sustente uma televisão.

Produção de conteúdo e produção de conhecimento

Para além da difusão de conteúdos culturais e educativos, a TV Unesp trabalha com a perspectiva de que enquanto uma emissora universitária deve estar alinhada com os projetos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos tanto no Departamento de Comunicação Social da Faculdade de Arquitetura,

Artes e Comunicação, responsável pelos cursos de graduação, quanto no Programa de Pós-Graduação em TV Digital: Informação e Conhecimento, mestrado profissional, ambos instalados no Campus de Bauru da Unesp. A televisão caracteriza-se, assim, por ser uma emissora comprometida com a investigação científica, e, portanto, incorporada como um laboratório privilegiado capaz de atender diferentes demandas colocadas pelas transformações profundas pelas quais passa o sistema de televisão brasileiro neste início de século.

Dotada de uma estrutura de equipamentos bastante sofisticada e com linha de produção totalmente digitalizada, a atuação da TV considera a contemporaneidade não apenas dos dispositivos técnicos, mas também dos desdobramentos que a introdução destes dispositivos promove na forma de produção, distribuição e consumo dos conteúdos audiovisuais. Por ser a Unesp uma universidade multicampus, presente em 24 cidades do Estado de São Paulo e que precisa se justificar institucionalmente, pois transmite apenas para a cidade de Bauru, foi necessário atentar para as possibilidades oferecidas pela tecnologia para alcançar a comunidade interna, isto é, estudantes, docentes e servidores de outros campus da Unesp. A saída foi ter um canal no *You Tube* para disponibilizar os conteúdos produzidos e com exibição simultânea ao sinal do ar. Registre-se que a disponibilização das produções na rede mundial de computadores refere-se apenas aos programas produzidos pela TV Unesp, pois enquanto emissora afiliada, não está autorizada a disponibilizar os programas da TV Brasil.

Permitindo o acesso por demanda, os programas da TV Unesp registram números significativos de visualizações não apenas da comunidade interna, alvo prioritário desta ação, mas de diversos segmentos mobilizados por diferentes interesses. Em dois anos no ar, foram disponibilizadas cerca de três mil e duzentas produções, entre programas informativos e de entretenimento, contabilizando aproximadamente 480.000 visualizações e mais de 138.000 espectadores acompanharam a exibição de programas ao vivo pela internet, conforme dados fornecidos pela coordenação de conteúdos multimídia da TV

Unesp, em outubro de 2013. Conteúdo audiovisual em alta definição disponível para ser assistido a qualquer tempo e em qualquer lugar. Este foi o caminho encontrado para transpor a limitação geográfica da transmissão aberta e chegar até públicos de outros lugares interessados em cultura, ciência, cidadania...

Diariamente, são exibidas cerca de duas horas de programas inéditos. A grade é composta por catorze programas, além dos projetos especiais. A televisão é mantida pela instituição, mas por ter uma estrutura dispendiosa, que necessita de recursos para gerar semanalmente conteúdos novos, o principal desafio é a sustentabilidade. Existem algumas possibilidades de obtenção de outros recursos além dos orçamentários já previstos para atender minimamente as necessidades de produção. Mais adiante citaremos a incursão em projetos de incentivo à cultura, ou aqueles voltados à Educação a Distância, projetos especiais demandados pela própria instituição. Entretanto, é a captação de recursos via projetos de pesquisa que tem se revelado como o caminho mais natural e mais consistente dentro da universidade para viabilizar as ações voltadas não somente à manutenção, mas principalmente à ampliação da capacidade produtiva dos conteúdos audiovisuais.

Em parceria com os departamentos de ensino e programas de pós-graduação, a pesquisa em televisão realizada na Unesp contempla, entre outros temas, a investigação sobre os impactos e as perspectivas em relação aos processos de comunicação televisiva a partir da incorporação dos sistemas informatizados dos quais derivam a interatividade. Quando falamos em interatividade não estamos pensando somente naquela exercida via controle remoto, realizada no próprio dispositivo televisivo. Estamos nos referindo também à busca de soluções para conteúdos voltados aos dispositivos de segunda tela. Algo que nos Estados Unidos já ocorre com muita força, pois desde o início das transmissões digitais naquele país a opção tecnológica foi a de oferecer som e imagem com alta qualidade em detrimento da interatividade via aparelho de TV com canal de retorno pela internet. E hoje a perspectiva de promover a interatividade em torno dos conteúdos televisivos é mais concreta em função da universalização dos dispositivos móveis que permitem a conexão.

Do ponto de vista comunicacional, observamos que a solução de segunda tela é muito interessante para compatibilizar dois sistemas de comunicação que têm algo incompatível por sua própria natureza. A lógica de comunicação da televisão é massiva, de um para todos, enquanto a da internet é de ponto a ponto. Quando se insere uma proposta de interatividade na televisão, isso normalmente é manifestado por uma interface própria de internet, seja no redimensionamento de tela, ou em *overlay*, para tentar fazer o que pela natureza do veículo não é possível. Isto é, interromper, de alguma forma, o fluxo próprio da televisão durante o processo de fruição. Estamos assim, diante de uma questão de linguagem muito importante a ser pesquisada considerando a convergência dos dois dispositivos: televisão e internet.

Conforme já ressaltamos em trabalhos anteriores, a televisão está inserida em um contexto de convergência midiática que produz um ambiente comunicacional de elevado grau de complexidade marcado pelo contínuo movimento de expansão e multiplicação dos suportes técnicos e das possibilidades textuais e discursivas. Tal movimento é intrínseco à nova configuração do dispositivo televisivo, objeto de transformações estruturais desde a difusão das tecnologias digitais que passaram a forjar novas experiências midiáticas, demandando outras posturas do enunciador frente a um enunciatário que agrega referências de linguagens próprias dos meios resultantes das tecnologias numéricas. A internet, a telefonia móvel, o videogame, o mp3, o ipod, o Iphone, o tablet, ou seja, dispositivos de circulação de conteúdos que estão absorvendo a audiência e criando novas demandas para um tipo de telespectador que já não encontra na televisão tradicional recursos capazes de atender às aspirações de conexão com o mundo midiaticizado. Nasce então a Smart TV, a televisão inteligente, a TV conectada, a IPTV, enfim, não é mais uma simples TV.

Atualmente a TV Unesp, juntamente com pesquisadores da Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da instituição, integra a equipe executora do projeto Global iTV, um consórcio de cooperação internacional entre União Europeia e Brasil, nacionalmente liderado pela Universidade de São Paulo,

voltado ao desenvolvimento de soluções interativas para a televisão digital híbrida. O projeto a ser realizado nos anos de 2014 e 2015 visa desenvolver um sistema avançado para aplicações e serviços interativos voltados a um ambiente global. Especificamente, a Unesp atua como parceira na realização de estudos de tendências e projeções de cenários para TV *broadcasting/broadband*, em plataformas interoperáveis entre os padrões brasileiro e europeu. A pesquisa contempla, entre outros temas, a investigação sobre os impactos e as perspectivas em relação aos processos de comunicação televisiva com a introdução da segunda tela e os novos hábitos de consumo de TV integrados às redes sociais. Interessam, portanto, identificar as tendências relacionadas ao consumo de conteúdos audiovisuais a partir da incorporação dos sistemas informatizados, dos quais derivam a conectividade e a interatividade na televisão.

No contexto tecnológico de TV digital, acreditamos que uma TV universitária, dotada de uma estrutura de produção e transmissão totalmente digitalizada, deve apostar na pesquisa, pois é neste eixo de sustentação da universidade que temos condições de contribuir para a geração de conhecimento, para a formação de profissionais para um mercado com novas demandas. Consideramos residir na investigação científica as condições para se promover inovação e busca de soluções e alternativas para os problemas de comunicação e de infraestrutura advindos do processo de digitalização.

Aliando o caráter laboratorial de formação de profissionais e de produção de conhecimento à necessidade de colocar programas no ar, a TV Unesp, após identificar que as atrações infantis que aliam entretenimento e propostas educativas estão cada vez mais escassas nas emissoras abertas, optou por desenvolver uma linha de produção destinada ao público infantil.

Compatibilizando esses interesses, projeto relevante em desenvolvimento na TV Unesp é *Apolônio e Azulão*, contemplado na Chamada Pública do Ministério das Comunicações Ginga BR Labs., de 2013, realizada com o objetivo de fomentar a produção de programas interativos. De acordo com a proposta apresentada

“Apolônio e Azulão é um programa educativo infantil seriado, que, por meio de seus dois personagens que dão título ao programa, aborda variados assuntos e situações cotidianas que englobam ciência, curiosidades e práticas sociais. Trata-se de uma temporada com quatro episódios, de quinze minutos cada programa. Durante as exibições dos conteúdos acontecerão interatividades aliadas a um projeto pedagógico voltado para o público-alvo que compreende crianças na faixa etária de seis a dez anos. No final de cada episódio, o conteúdo se expande para a internet, onde há um aprofundamento do tema com atividades lúdicas relacionadas.”²

Neste edital lançado pelo Ministério das Comunicações foram selecionadas dez propostas de instituições de ensino e de emissoras educativas aptas a receber laboratórios de testes de conteúdos e aplicações interativas para televisão no âmbito do Programa de Estímulo ao Desenvolvimento do Padrão Nacional de Interatividade da Televisão Digital Brasileira – Ginga Brasil. Este é um projeto desafiador à medida que a possibilidade de incorporar a interatividade nos processos de comunicação em televisão aberta e gratuita no Brasil tem revelado a incompatibilidade de interesses e agendas dos diferentes atores envolvidos na cadeia produtiva de conteúdos interativos nas emissoras, entre os quais estão o governo, os radiodifusores, a academia, a indústria eletrônica e a de softwares.

Por ser emissora de uma instituição de ensino e pesquisa, a TV Unesp coloca-se no âmbito do Ginga BR Labs. como lugar de investigação e experimentação em diferentes áreas do conhecimento, além da Comunicação, com foco no aprimoramento científico capaz de apontar caminhos para as demandas de produção de conteúdos de televisão na sociedade da informação.

Conforme já mencionado, sendo a televisão digital convergente, agrega características de conectividade, portabilidade e mobilidade, transformando os modos de produção e consumo, à medida que inauguram relações colaborativas e reconfiguram as formas de participação do telespectador no processo comunicativo. No âmbito de interesse da TV Unesp, o foco de investigação no

² Texto extraído do Projeto Apresentado à Chamada Pública Nº 01/2013 – SE/MC Projeto Ginga BR.LABS.

projeto contemplado no Ginga BR Labs. incide tanto sobre a linguagem de programação dos aplicativos interativos, quanto sobre a linguagem televisual e as inovações presentes nas manifestações discursivas decorrentes da convergência tecnológica.

Dessa forma, a pesquisa em andamento enfrenta questões relativas ao canal de retorno, à precária infraestrutura de banda larga, à mobilidade e à portabilidade dos dispositivos de recepção. São investigados os obstáculos a serem transpostos para colocar em execução as demandas sociais de inclusão digital pela televisão aberta em função de problemas decorrentes não somente das condições tecnológicas, mas também da falta de políticas públicas e de regulamentação capazes de favorecer o surgimento de um sistema de comunicação mais equilibrado neste cenário convergente.

Em busca de público e de patrocínio...

Enquanto um laboratório de pesquisa e testes de projetos de produção televisiva, vale destacar a experiência do Programa *Giramundo*, idealizado por alunos do Curso de Radialismo e realizado na TV Unesp³. Trata-se de uma série de oito programas com 24 minutos cada, destinado ao público infantil e levado ao ar quinzenalmente durante o segundo semestre de 2012. Em cada programa as características culturais de um determinado país, com sua culinária, literatura, música e animais típicos eram mostrados por meio dos quadros “Era uma vez...”, “Humm...”, “Que bicho é esse?”, “No Ritmo”, “Mão na massa” e “Curiosidades”. Por ser educativo, teve a preocupação de aliar a transmissão de conhecimento a formas expressivas que pudessem ao mesmo tempo informar e divertir.

Totalmente concebido e executado na lógica da transmissão televisiva, possibilitou refletir sobre a questão da conquista da audiência e do lançamento de um programa novo na televisão, ou seja, nas estratégias de mobilização de audiência para um meio que já deixou de ser, ele próprio, a atração, conforme

³ O Programa *Giramundo*, é finalista no XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, na modalidade Programa Laboratorial de TV.

ocorreu durante décadas de hegemonia da televisão, especialmente para alguns segmentos de público jovem e infantil com acesso às tecnologias digitais. Nesse sentido, *Giramundo*, demonstrou a necessidade de se adotar estratégias de comunicação integradas nesse ecossistema midiático, considerando as multiplataformas de acesso e os novos modos de fruição dos conteúdos audiovisuais em diferentes dispositivos.

As investigações procuram respostas para as demandas deste processo de mudança que está em curso. No entanto, não é possível dimensionar os impactos destas mudanças, pois são muitas as variáveis que exercem influência nas novas práticas de consumo de mídia. Sem qualquer determinismo tecnológico, a discussão procura observar como a configuração do dispositivo técnico da TV digital forja os elementos estruturantes de sua forma expressiva ainda em construção. Sob a égide da convergência, a linguagem televisual passa a integrar agora um sistema de comunicação marcado pela interoperabilidade entre os dispositivos digitais e, portanto, condição para novas formas de interatividade. Em uma plataforma tecnológica integradora, novos conceitos oriundos de áreas como as ciências da computação passam a ser incorporados nos processos comunicacionais.

As noções de conectividade, portabilidade e mobilidade tornam a televisão ubíqua, ou seja, pode ser acessada onde e quando o telespectador quiser, conforme mencionado acima. Isso altera significativamente as práticas de consumo de televisão e requer do pesquisador a compreensão de que outra lógica de comunicação está em curso. E ao reconhecer que acesso aos conteúdos da TV Unesp não é problema para a obtenção de audiência, o desafio passa a ser como mobilizar e manter a audiência.

Sabemos que a conquista de público é uma questão que não interessa exclusivamente a uma TV educativa, universitária, pública. Ter audiência é o que faz fazer sentido a existência e a manutenção de um meio de comunicação. O domínio das grandes redes de televisão comerciais instaladas no Brasil e que há décadas detém a atenção da maior parte dos telespectadores cativados pelo hábito (Cf. FECHINE, 2004) de assistirem reiteradamente os programas dessas

emissoras, não significa a inexistência de públicos diversos, aptos a consumir conteúdos alternativos. Isso é uma realidade inaugurada com os processos de segmentação iniciados nas décadas de 80 e 90 com a implantação dos satélites de comunicação e das transmissões a cabo.

Para que um programa de televisão com as características do *Giramundo*, veiculado em uma emissora local como a TV Unesp tenha audiência e mobilize a participação dos telespectadores, não basta mais inserir chamadas da atração nos intervalos da programação da emissora, ou mesmo divulgar *releases* nos meios “tradicionais” como rádio e jornal. É necessário adotar ações e estratégias em projetos de comunicação integrados objetivando formar uma audiência participativa em torno de determinado produto da emissora.

Utilizar a internet para atingir um público específico parece ser um caminho interessante para televisões que têm uma audiência pequena e, em certos casos, segmentada. O lançamento de produções como *Animecos*, *Giramundo* e *Apolônio e Azulão* devem contemplar ações articuladas e pensando na expansão transmídia do produto, conforme postula JENKINS (2008). Ou seja, a televisão e as possibilidades interativas devem ocorrer em uma perspectiva similar à web 2.0, na qual a colaboratividade forja segmentos de audiência articulados na chamada TV social, em que os telespectadores não apenas assistem, mas compartilham suas preferências, envolvendo outros integrantes da rede social a qual pertencem.

Sem audiência, a perspectiva de obtenção de patrocínio via apoio cultural ou leis de incentivo à cultura, fica muito distante. *Animecos* é um dos projetos de programas da TV Unesp voltado ao público infantil aprovado pelo Ministério da Cultura para a captação de recursos. Trata-se de um programa com uma animação gráfica interativa, também destinada ao público infantil e que articula diferentes formas expressivas do audiovisual. De caráter educativo e com temática ecológica, as narrativas são vividas por três animais-personagens – os *Animecos*. O programa aborda temática ambiental, com ênfase em sustentabilidade, características do cerrado e preservação da natureza.

Em relação ao formato, as histórias são contadas e vividas por três animais-personagens – os *Animecos* – por vezes em interlocução com o apresentador que irá abordar temas sobre meio ambiente. O programa contém o desenho que é interativo e multimidiático, pois é concebido com uma estrutura de aplicativos para televisão digital, dispositivos móveis e portal web. O projeto *Animecos* discute questões relevantes para os desafios da interatividade em televisão, buscando refletir sobre as nuances de compatibilidades e incompatibilidades entre a produção e fruição de conteúdos audiovisuais.

Abordando assuntos como o cuidado com as florestas, reciclagem, cadeia alimentar, poluição das águas, *Animecos* pretende despertar a consciência ecológica abordando questões relativas ao ecossistema do cerrado, existente na região de Bauru. Embora tenham sido produzidos quatro episódios como pilotos, o projeto aprovado pelo Ministério da Cultura depende de captação de recursos via Lei Rouanet para ser realizado. Isto porque produzir uma animação com recursos gráficos requer equipamentos sofisticados e profissionais experientes e somente com o financiamento externo será possível ver o projeto em execução.

O desafio de investigação científica em *Animecos* é fazer a interatividade sem comprometer a narrativa em fluxo, própria da televisão enquanto meio. Pretende-se que a interatividade esteja contida na história e reforce os processos de identificação do telespectador com o personagem, promovendo o envolvimento da audiência. Este é um problema de comunicação, é um problema tecnológico e um desafio em busca de inovação de linguagem.

Mas os desafios presentes na busca de soluções de linguagem audiovisual e de linguagem de programação de computador não são os únicos de *Animecos*. A obtenção de recursos via Lei de Incentivo à Cultura também tem se revelado uma tarefa árdua. O trabalho de convencimento das empresas com potencial de investir em um projeto inovador realizado por uma TV Universitária tem apresentado ainda poucos resultados. Entretanto, há que se tentar...

Para finalizar, duas práticas que envolvem questões institucionais, administrativas e mesmo pedagógicas merecem ser observadas e exigem um

posicionamento claro da emissora. A primeira refere-se ao fato de a televisão universitária ser muitas vezes confundida com o setor de audiovisual da instituição. Ao adotar como critério dar prioridade às produções de caráter institucional que podem integrar a grade de programação, procura-se, essencialmente, preservar a atividade fim de uma emissora geradora que é colocar programas no ar e diversificar os conteúdos. Produzir material científico ou institucional, tem se revelado muito produtivo tanto para as unidades universitárias que querem ter uma peça audiovisual de qualidade, quanto para cumprir a função de divulgação institucional da emissora.

A segunda prática está diretamente relacionada à formação dos alunos em estágios realizados nos diversos setores da emissora como o jornalismo, a produção e o videografismo. É importante que o estágio esteja atrelado ao projeto pedagógico, com o envolvimento efetivo dos docentes dos cursos de graduação para garantir a supervisão do trabalho realizado pelos estudantes, e modo a obter o melhor resultado na formação. *Giramundo* é um programa produzido por estagiários do Curso de Comunicação - Habilitação em Radialismo, que rendeu o 1º Lugar no XX Prêmio Expocom 2013, na Categoria Rádio, TV e Internet, na modalidade Programa Laboratorial de TV, conferido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – INTERCOM. A oportunidade de executar na prática a produção de um programa vai além dos resultados mais visíveis gerados pelo programa como uma premiação, por exemplo. O mais relevante é, sem dúvida, a consistência na formação do estudante que articula ensino, pesquisa e extensão.

Algumas considerações...

As ações descritas neste trabalho estão em processo e decorrem do entendimento de que uma televisão universitária deve estar estruturada com base em uma proposta institucional, ter um projeto científico-acadêmico alinhado com as atividades fins da mantenedora e um planejamento estratégico do ponto de vista administrativo que garanta uma trajetória perene, pouco

suscetível às discontinuidades provocadas, em geral, pelas mudanças nos cargos de gestão.

O momento de convergência digital e de uma nova ecologia dos meios exige o enfrentamento de cenários comunicativos ainda não totalmente estabelecidos e a televisão encontra-se nesse contexto. Assim, televisões universitárias têm uma importante contribuição a dar, seja na formação dos profissionais para um mercado como novas demandas, seja como desenvolvedoras de conteúdos, sob a perspectiva da inovação. A carência por novos conteúdos, por novos formatos pode ser verificada nas feiras internacionais de produtos audiovisuais e nossas emissoras comerciais são assíduas compradoras dos formatos estrangeiros. Pode-se argumentar que as emissoras universitárias não dispõem de estrutura técnica, equipamentos ou condições de produção mínimas para gerar conteúdos com a qualidade estética e plástica desses grandes conglomerados. Entretanto, tem as condições de gerar conhecimento, notadamente por meio da pesquisa que, quando incentivada, leva a obter as condições concretas de realização de projetos criativos e inovadores em televisão.

Referências Bibliográficas

- FECHINE, Yvana. Programação direta da TV: sentido e hábito. In: **Significação** (UTP), São Paulo, v. 22, 2004. p. 41-57.
- JENKINS. Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.
- MAGALHÃES, Cláudio Márcio. Dossiê TV Universitária: 45 anos de experiência. In: **Revista ABTU – TV Unviversitária + TV Pública**, Fortaleza, v.1, 2013, p.8-14.