

# TVs universitárias mineiras em ruínas: a situação dos canais vinculados às IES públicas

Ivonete da Silva Lopes<sup>1</sup>

## Resumo

O “campo público” de comunicação é formado por atores heterogêneos, entre eles, as emissoras universitárias. Este artigo problematiza a noção de campo público, denominação incorporada pela academia do movimento pela democratização da comunicação. O referido campo tem sua diferenciação na especificidade da programação, modelo de gestão, financiamento e propriedade dessas emissoras. A partir da noção de campo social de Bourdieu, questiona-se a existência do campo público de comunicação no Brasil. O trabalho apresenta também o resultado da pesquisa com as TV Universitárias de Minas Gerais. A análise focaliza na atuação de 5 emissoras mantidas por Instituições de Ensino Superior (IES) públicas, sendo uma estadual e quatro federais. A pesquisa de caráter exploratório aponta um cenário bastante crítico para o setor. Das 16 TVs Universitárias (TVUs) mineiras encontradas em mapeamento feito em 2017, 5 delas foram fechadas dois anos depois. Entre as emissoras mantidas por universidades públicas, 3 foram desativadas no mesmo período. Aquelas que continuam em atividade possuem programação local bastante restrita devido à escassez de recursos financeiros. A terceirização da grade tem sido uma estratégia adotada para aumentar a grade local como também injetar algum dinheiro no orçamento. A pesquisa aponta a necessidade de se ampliar o debate sobre a gestão indireta das emissoras, por meio de fundações.

## Palavras-chave

Televisão Universitária; Campo Público; Minas Gerais

<sup>1</sup> Docente no Departamento de Economia Rural e Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Viçosa. Graduada em Jornalismo, mestre e doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: ivonetesilvalopes@gmail.com

# University TVs from Minas Gerais in ruins: the media outlet's condition of the public universities

Ivonete da Silva Lopes<sup>1</sup>

## Abstract

The field of public communication comprises heterogeneous actors, among which the university broadcasters are included. This article problematizes the perception of the field of public communication, expression incorporated by researchers from the social movement of media democratization. This expression demarcates the differentiation of these media outlets based on programming, management, financing, and ownership. Based on the notion of the social field from Bourdieu's, it is questioned the existence of the public field of communication in Brazil. This paper also presents the result of the research with University TV's from Minas Gerais. The analysis focuses on the performance of 5 broadcasters maintained by public universities. This exploratory research indicates a critical scenario in the sector. In 2017, there were 16 University televisions; however, two years later, 5 of them closed down. Among the stations maintained by public universities, 3 were deactivated in the same period. Those still operating have a limited number of local programs because of the scarcity of financial resources. Outsourcing the grid has been a strategy adopted to increase the local content as well as to inject some money into the budget. The research also points out the need to broaden the debate on the indirect management of broadcasters, through foundations.

## Keywords

University Television; Field of Public Communication; Minas Gerais

<sup>1</sup> Docente no Departamento de Economia Rural e Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural da Universidade Federal de Viçosa. Graduada em Jornalismo, mestre e doutora em Comunicação pela Universidade Federal Fluminense (UFF). E-mail: ivonetesilvalopes@gmail.com

As TVs universitárias integram o setor não comercial de radiodifusão, também denominado de “campo público da comunicação”, expressão que ganhou visibilidade a partir da criação do Fórum Nacional de Televisão Pública (FNTP), realizado pela primeira vez em 2006, e designa um conjunto de emissoras sem fins lucrativos que apresentam algumas especificidades. Essas emissoras são distintas no aspecto da sua constituição jurídica, na forma de distribuição do sinal à população e não partilham da mesma regulamentação das emissoras comerciais. As suas concessões podem ser outorgadas a pessoas jurídicas de direito público (municípios, universidades públicas, câmaras legislativas, estados) ou a entes privados sem fins lucrativos (fundações, associações comunitárias e universidades privadas). Quanto ao acesso, a maioria delas está disponível apenas na televisão por assinatura e, dessa forma, alcança uma parcela restrita dos brasileiros. Outra característica que as diferencia é a regulamentação, pois as emissoras abertas (TVs educativas) são consideradas radiodifusão e, portanto, regidas pelo Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT), de 1962, enquanto os canais de acesso pago são regidas pela Lei de Acesso Condicionado, de 2011.

Diante da heterogeneidade de atores que integram o campo público de comunicação, os movimentos sociais que atuam pela democratização do setor argumentam que a coesão em torno dessas emissoras estaria no seu distanciamento do mercado, já que não visam lucro, e, portanto, não sofreriam a influência comercial, que acaba pautando a programação da mídia privada. Outra característica que unificaria esse grupo seria a veiculação de conteúdo educativo-cultural ou a aptidão para atender ao interesse coletivo, conforme consta no caderno do I Fórum Nacional de Televisão Pública (FNTP, 2006).

Percebe-se, no entanto, que a expressão campo público foi construída em cima de uma concepção ideal, prevendo, por exemplo, a autonomia das emissoras tanto em relação ao mercado quanto ao Estado, sem considerar que a autonomia é relativa, seja no plano individual ou no institucional, uma vez que na vida social se está sujeito a constrangimentos de ordem econômica, política, social ou cultural (POULANTZAS, 1981. HALL, 2010; ROSENTHAL, 1978).

Embora a expressão precise ser problematizada, ela é útil para contribuir na distinção de dois grandes sistemas de comunicação no país [2]: o privado, que é hegemônico e situa-se principalmente nos grandes centros urbanos, beneficiado pela ausência de uma regulamentação atualizada bem como de controle social, sendo explorado por grandes conglomerados para atender aos interesses do capital; e outro,

o público, que atua praticamente como secundário dentro do setor televisivo por falta de investimentos.

Este artigo analisa um dos integrantes do campo público: as TVs universitárias, consideradas como aquelas mantidas por Instituições de Ensino Superior (IES) de qualquer natureza (pública, privada ou comunitária) e que tenham a transmissão da programação disponibilizada pelo Serviço de Acesso Condicionado (TV por assinatura) e/ou pelo sinal aberto (radiodifusão). O recorte do texto são as 5 TVUs de Minas Gerais vinculadas a instituições de ensino superior públicas (federal e estadual). Adota-se como procedimento metodológico a pesquisa exploratória, que traz um mapeamento inicial sobre diversos aspectos das emissoras para uma familiarização a respeito da temática que, posteriormente, poderá ser explorada em novas investigações. A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas presenciais e/ou por e-mail e pelos sites das emissoras.

## Campo público de televisão

As TVs denominadas universitárias surgiram como resultado das reivindicações do movimento social pela democratização da comunicação, que conquistou a instituição dos canais básicos de utilização gratuita na Lei nº 8977/1995, conhecida como Lei do Cabo (TV A CABO, 1995). Para Jardim, essa conquista dos canais básicos “[...] é resultado da luta política do movimento social organizado pela democratização da sociedade brasileira, da mesma forma que a conquista de outros direitos sociais e, neste sentido, não podem ser interpretados como a ‘boa vontade’ dos governantes” (JARDIM, 2008, p. 93).

As organizações sociais garantiram, mesmo com as disputas políticas em torno da regulamentação do setor, que as operadoras de TV a Cabo ficassem obrigadas a reservar um espaço para distribuir gratuitamente a programação das TVs universitárias, comunitárias, educativas e dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. A medida não apenas estimulou a implantação de emissoras universitárias, mas também diversificou o chamado à comunicação pública, antes praticamente restrito às TVs e rádios educativas. A partir deste período, a expressão campo público de comunicação passou a ser utilizada e a sua popularização se deu a partir da realização do 1º Fórum Nacional de Televisão Pública, em 2006.

A definição de campo público, feita pelos movimentos sociais, encontra ressonância em trabalhos acadêmicos, como se percebe em Magalhães (2013), ao afirmar que a função das emissoras integrantes do referido campo é ofertar uma

programação “voltada para a formação da cidadania, a educação, a democratização e a diversidade da informação, e a valorização da cultura, contemplando tanto a identidade nacional quanto os seus aspectos mais regionais ou locais” (MAGALHÃES, 2013, p. 8).

Já em Prevedello (2013), encontra-se uma conceituação mais problematizada de campo público de comunicação à medida que a autora reconhece que seus integrantes “têm em comum, como premissa – mas não como regra – a dissociação do interesse comercial, e o compromisso em oferecer visibilidade e novas versões de setores tradicionalmente marginalizados das coberturas das grandes redes de comunicação” (PREVEDELLO, 2013, p. 14). Ou seja, mesmo que o distanciamento do mercado e a produção de conteúdo que atenda às demandas sociais sejam princípios do campo público, isso não o torna homogêneo, uma vez que pode haver integrantes com práticas dissonantes desses valores (LOPES, 2015; STEVANIN, 2011).

Considerando os interesses divergentes dos seus atores, cabe questionar se de fato existe um campo público de comunicação no Brasil. Para tanto, é relevante levantar algumas características de campo em Bourdieu (1996), que o considera como um espaço social estruturado, que manifesta interesses específicos – não restrito ao aspecto econômico – e com relativa autonomia. Já Cunha (2011), ao refletir sobre o campo universitário, afirma que “[campo é um] espaço social institucionalizado, delimitado, com objetivos e finalidades específicas, onde se instala uma verdadeira luta para classificar o que pertence ou não a esse mundo onde são produzidos distintos ‘jogos’ de poder” (CUNHA, 2011, p.198).

Tomando-se essas duas reflexões sobre campo social, pode-se inferir que o campo público de comunicação ainda não se constitui como um campo social, de acordo com as seguintes proposições: 1) as emissoras não integram um setor estruturado, mas em processo de estruturação e de batalha por visibilidade política e social; 2) devido à heterogeneidade entre os atores (TVs educativas; comunitárias; universitárias; legislativas, executiva; judiciária e culturais), provavelmente somente uma parte compartilha dos mesmos interesses, por exemplo, o de atender com sua programação às demandas sociais; 3) a ausência de institucionalização constitui outro fator que pode debilitar a formação desse campo, que não recebe formalmente esta denominação. A expressão campo público de comunicação, surgida dos movimentos sociais, acabou sendo incorporada pela academia. No entanto a legislação da radiodifusão e a do serviço de acesso condicionado não a usam.

A terminologia campo público de comunicação manifesta, por parte dos movimentos sociais e das associações que representam os interesses de uma parcela

significativa dessas emissoras, a necessidade de demarcação de diferenças entre o setor público e a mídia hegemônica, correspondente ao setor privado-comercial. Diante disso, embora na atualidade exista dificuldade de reconhecê-lo com um campo, é preciso admitir que existe uma disputa pela institucionalização e reconhecimento do campo público de comunicação na sociedade brasileira, o que poderá ocorrer com um novo marco regulatório para as comunicações, especialmente com a regulamentação do artigo 223 (Capítulo V - Da Comunicação Social) da Constituição Federal de 1988, que traz como diretriz para o setor a complementaridade entre a radiodifusão pública, a privada e a estatal.

## Televisão pública

Dentro do quadro normativo da radiodifusão brasileira, não há especificações sobre a função da radiodifusão pública. O conceito de televisão pública e a sua práxis ainda não estão consolidados na sociedade brasileira. A falta de tradição teórica sobre o tema coincide com a recente experiência sobre a denominação “pública” e com uma trajetória permeada de incertezas. Essas características reverberam em uma concepção muitas vezes ambígua, que traz a marca de contextos sociopolíticos distintos e complexos nos quais as iniciativas surgiram.

Ao refletir sobre a concepção de televisão pública, Lopes (2015) levanta alguns critérios utilizados no Brasil e na América Latina para caracterizá-la, tais como propriedade, programação, financiamento, participação social e universalidade de acesso. Propriedade refere-se ao concessionário: se é público ou privado. Alguns pesquisadores, a exemplo de Pasquali (2006; 1995) e Valente (2009), defendem que a comunicação pública deve ser executada apenas pelo Estado. Em posição contrária, encontram-se os argumentos de Fuenzalida (2006), Bianco, Esch e Moreira (2012), Bucci, Chiaretti e Fiorini (2012), Otondo (2012) e Stevanim (2011), que entendem que a televisão pública pode e deve ser concedida a entidades da sociedade civil. Ou seja, na primeira perspectiva, somente seriam públicas as TVs universitárias vinculadas às universidades públicas, já o segundo grupo considera que, independentemente do vínculo estatal ou privado, o que caracteriza o “público” é o intuito da comunicação em atender ao interesse coletivo.

Um dos pontos de maior tensionamento é o financiamento. As posições oscilam entre aqueles que defendem a sustentabilidade das emissoras apenas com recursos públicos e aqueles que admitem a inserção em menor proporção da publicidade, corrente que aparece como predominante na América Latina. No Brasil, as emissoras

públicas não podem veicular publicidade, enquanto as TVs comerciais podem inserir até 25% de anúncios durante cada programa. Essa medida vigora desde a origem da TV educativa para atender aos interesses dos empresários da comunicação. Conforme destaca Bolaño (2007, p. 16), “[essa] norma [foi] ferrenhamente defendida pelos concessionários comerciais [...], o que, na prática, exclui o serviço público da concorrência”.

O acesso universal à programação é outro aspecto relevante para a sua definição. A universalidade é um dos princípios do serviço público, pois se refere ao dever dos canais públicos de proporcionar a todos os cidadãos a mesma possibilidade de acesso a determinado serviço, neste caso específico, à recepção gratuita do sinal da televisão pública. O preceito da universalidade se equipara ao ideal de igualdade que deve estar expresso nas políticas de comunicação (MCQUAIL, 1992). Essa é uma característica fundamental quando se pensa em serviço público, como destaca Pasquali (1991), já que “toda radiodifusão pública [...] presta exatamente o mesmo serviço a todos [...], garantindo ao morador da capital e ao habitante mais distante geograficamente que recebam os mesmos programas e nas mesmas condições” (PASQUALI, 1991, p. 155).

Neste aspecto, é preciso considerar que parte significativa das TVs universitárias está disponível no serviço de acesso condicionado, ou seja, na televisão paga, o que limita e segmenta consideravelmente a audiência, levando-se em conta o baixo índice de assinantes do serviço. Havia no país, no final de 2015, apenas 17,58 milhões de assinantes para uma população de 205,3 milhões (ANATEL, 2018). Para ampliar a cobertura, as emissoras com programação na televisão segmentada reivindicam (ainda sem avanços) que fosse destinado um espaço na televisão digital terrestre, ou que compartilhassem um canal de abrangência nacional, o Canal Cidadania ou Cultura (PREVEDELLO, 2013).

De acordo com Lopes (2015), a participação social requer necessariamente a presença ativa de cidadãos e/ou de representantes de setores sociais em órgãos de deliberação e assessoramento. Assim sendo, é imprescindível pormenorizar esses mecanismos, já que pode haver diferentes níveis de abertura à participação. A simples formalização ou existência de algum órgão ou locus indicado pelas emissoras não significa necessariamente que elas possuem uma gestão participativa.

Outro aspecto significativo na definição de televisão pública é a grade de programação. Aparece como consensual que os conteúdos devam valorizar a diversidade cultural, a informativa e estar livres de ingerências governamentais ou mercadológicas. Há quem defenda uma programação estritamente educativo-cultural (BUCCI, 2010. 2012) em detrimento de conteúdos generalistas e da veiculação

de entretenimento, buscando a ampliação da audiência, como o fazem Rincón (2008), Fuenzalida (2006) e Pasquali (1991).

Diante da fragilidade da diversidade regional na programação televisiva, fica difícil conceber uma televisão pública que não esteja minimamente ancorada nas diferentes localidades do país. Entendo que por essa via pode-se iniciar a caminhada para chegar ao paradigma da televisão pública concebida por Rincón (2002) como o “[...] lugar social de todos, como uma alternativa audiovisual de encontro da sociedade, de fomento dos direitos dos cidadãos, e de reconhecimento da pluralidade social que nos habita” (RINCÓN, 2002, p. 29). A televisão pública, que não favorece o ambiente regional na sua programação e gestão, dificilmente contemplará a pluralidade e o direito dos cidadãos à informação. A inserção neste espaço territorial local não significa, portanto, o desenvolvimento de prática televisiva sem tensões e conflitos.

Em um contexto nacional marcado pelas concentrações econômica e geográfica da mídia comercial e, conseqüentemente, pela baixa diversidade dos produtos audiovisuais, a televisão pública pode contribuir para democratizar esse cenário, não apenas no tocante à realização de conteúdo, mas também na adoção de um modo de gestão compartilhado. Conforme enfatizam Peixoto e Priolli (2004), a televisão universitária é feita com a participação de estudantes, professores e funcionários, e veicula conteúdo diversificado, que inclui entretenimento. Essa possibilidade de TV é destinada ao “ público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação etc. (PEIXOTO; PRIOLLI, 2004, p. 5)

## TVs universitárias mineiras

No Brasil, existem cerca de 100 instituições que mantêm canais universitários por assinatura, abertos ou online (PREVEDELLO, 2013). O Mapa da TV universitária brasileira, realizado pela Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), em 2011, indicava a existência de 16 delas em Minas Gerais (ABTU, 2011). Em setembro de 2017, início da pesquisa que resultou neste artigo, foram confirmados os números do levantamento ABTU. Entre as TVUs mineiras, 9 eram vinculadas às instituições de ensino superior privadas e outras 7 associadas às universidades públicas. No decorrer desta investigação, o número de emissoras universitárias foi reduzido para 11, o que representa um encolhimento significativo de 31%.

Duas emissoras de faculdades privadas foram desativadas. A TV FUVS optou por transmitir seus programas apenas pelo YouTube. Já a do Centro Universitário UNA e a da UniBH, pertencentes ao Grupo Anima de Educação, fundiram suas operações e passaram a atuar sob a bandeira da UniBH, priorizando conteúdos para educação a distância. Outra observação pertinente é o desmonte da TV PUC-Minas, emissora que era referência na produção de conteúdo para o Canal Universitário, compartilhado entre a TV UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), UniBH, TV UEMG (Universidade do Estado de Minas Gerais) e a própria PUC pela NET.

Dentre as TVUs públicas foram desativadas a TV UFLA (Universidade Federal de Lavras), a TV UFOP (Universidade Federal de Ouro Preto) e a TV UFMT (Universidade Federal do Triângulo Mineiro). A emissora da UFLA publicou, em dezembro de 2017, que saiu do ar temporariamente porque “[...] o projeto de digitalização da emissora está em processo de regularização. Sendo assim, o desligamento será necessário, durante um período, para que sejam realizadas reformas na estrutura física da emissora” (CAETANO, 2018). No entanto, a TV UFLA continua sem operar passado um ano desde o anúncio acima.

No caso da TV UFOP, havia sido realizada uma entrevista com o gestor da emissora, Chico Daher, em fevereiro de 2018. Porém, na busca por atualizar algumas informações sobre a programação, constatou-se, por meio de uma nota publicada no Facebook [3], que o canal havia sido desativado: “a TV UFOP e a Rádio UFOP Educativas comunicam que a partir de hoje (01/11/2018) houve a suspensão das suas atividades, assim como de suas transmissões por tempo indeterminado” (TV UFOP, 2018).

Por sua vez, a TV Universitária (canal 5), vinculada à UFTM, está desativada temporariamente em virtude do desligamento do sistema analógico de transmissão. A previsão é de que volte a operar ainda no primeiro semestre de 2019 com uma nova denominação, TV Cultura de Uberaba.

O cenário apresentado demonstra a fragilidade do que se convencionou denominar campo público de comunicação, muito suscetível a fusões empresariais comuns ao capitalismo do século XXI, inclusive no setor educacional, e à redução de recursos públicos para a educação superior pública e a privada, o que revela como esse campo da comunicação é marginalizado, não sendo considerado como prioridade e nem integrado ao ensino, à pesquisa e à extensão universitários. Na exiguidade de recursos financeiros, o que se observa, no contexto mineiro, é que as emissoras são os primeiros setores a serem atingidos em momentos de crise.

Dentre as 11 emissoras em atividade no estado, quatro delas (25%) estão concentradas em Belo Horizonte. Tomando-se somente as públicas, na capital mineira,

localizam-se 2 das 6 televisões (33%). Ainda na região central do estado, encontra-se a TV UFOP em Mariana [4]. No Triângulo Mineiro estão outras 2 emissoras, a TV UFU e a TV UFTM (se esta for mesmo reativada conforme a previsão) e, na Zona da Mata, a TV Viçosa.

Quanto às TVUs mantidas por instituições públicas (quadro 1), 4 delas estão vinculadas a universidades federais e 1 a uma universidade estadual. No entanto, a TV UEMG e TV UFMG compartilham com outras 2 instituições privadas (PUC-Minas e UniBH) o Canal Universitário de Belo Horizonte (12 Net e 14 Oi TV).

EMISSORA	UNIVERSIDADE	CIDADE	TRANSMISSÃO		
			ABERTA	SeAC	WEB
TV UEMG	Universidade do Estado de Minas Gerais	Belo Horizonte		X	X
TV UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais	Belo Horizonte		X	X
TV UFOP	Universidade Federal de Ouro Preto	Mariana	X		X
TV UFU	Universidade Federal de Uberlândia	Uberlândia	X	X	X
TV Viçosa	Universidade Federal de Viçosa	Viçosa	X	X	X

**Tabela 1** - Perfil das TVUs

**Fonte:** Pesquisa da autora (2018)

Sobre o sistema de transmissão da programação, a maioria das emissoras possui concessão de TV aberta, somente 2 delas estão acessíveis apenas no SeAC. A transmissão de conteúdos pela rede social Facebook e a manutenção de canal no YouTube têm sido estratégias adotadas por praticamente todas para dar maior visibilidade às respectivas produções.

## Modelo de gestão

A estrutura e a gestão das emissoras (quadro 2) revela que metade delas é administrada diretamente pelas universidades e a outra parte possui administração indireta, por meio de fundação de apoio. A constituição de fundações para gerir as emissoras é considerada como uma forma de terceirização da concessão pública por uma parte do movimento pela democratização da comunicação e dos profissionais

que atuam no setor. Contudo, há aqueles que a defendem por acreditarem que as fundações contribuem para agilizar o processo administrativo, como, por exemplo, a contratação de profissionais, a compra e a manutenção de equipamentos.

No que tange ao modelo de gestão, é relevante destacar um dos raros trabalhos nesta área, a tese de Lucimar Antônio Cabral de Ávila (ÁVILA, 2013). A pesquisa, feita a partir da experiência da implantação da Fundação Rádio e TV Universitária de Uberlândia, analisou a relação entre o modelo de governança adotado por uma fundação de rádio e televisão universitárias com o seu desempenho econômico-financeiro e o volume de operações entre 1986 e 2010.

Ao analisar comparativamente a gestão direta da TV UFU com a indireta, por meio da fundação de apoio instituída em 2009, a autora constatou conflitos oriundos da criação da Fundação RTU com a Universidade Federal de Uberlândia. Explica Ávila (2013) que durante “o período de constituição até meados de 2009, a presidência de todas as fundações era exercida pelo reitor da universidade, que detinha condições diretas de interferência nos rumos da gestão da fundação” (ÁVILA, 2013, p. 110). A alternativa encontrada foi a instituição de um estatuto que estipulou ao diretor executivo e ao conselho curador da RTU o cumprimento do regimento, medida que, de acordo com a autora, deu maior autonomia à gestão. Ávila (2013) conclui que a fundação possibilitou a busca “de novos contratos, dentre eles com a própria UFU, [...] além de criar e intensificar um setor de produção de vídeos e programas, com maior foco na gravação e edição de vídeo-aulas para ensino a distância, mercado crescente e com elevada demanda” (ÁVILA, 2013, p. 112).

Essa questão é corroborada com a discussão sobre o formato da gestão por Ana Paula Vieira de Souza Dias (2016). A autora analisou 6 TVUs, 3 delas com modo de gestão direto (TVU Recife, UnB TV e TV UFMG), e outras 3 com indireto (TV Viçosa, TVU Lavras e TV UFOP). Dias (2016) constatou que “tanto o modo de gestão direto quanto o indireto têm boas experiências para contribuir com o debate. Contrariamente à temeridade de que as Fundações de Apoio à Pesquisa constituem em privatização e são propícias à corrupção, nota-se que há importantes iniciativas” (DIAS, 2016, p. 221). Desse modo, a autora sugere um modo misto que incorpore práticas dos dois grupos estudados.

Dias (2016) e Ávila (2013) compartilham, em suas pesquisas, a ideia de que as fundações proporcionam maior transparência com a constituição de estatuto e de regimento interno, que são exigências legais para que funcionem. Adicionam ainda que, nessas organizações, prevalece um modelo de gestão mais horizontalizado, com a vigência de conselhos de administração, fiscal, etc.

Cabe mencionar que uma gestão direta, por parte de um ente público, não necessariamente implica desmandos vindos da instituição concessionária. Pesquisas sobre o campo público apontam a necessidade de implementação de mecanismos de participação social, ou seja, da criação instituição de uma gestão compartilhada como elemento essencial na constituição do que se considera televisão pública (LOPES, 2015). De outro modo, também não é possível associar a administração indireta, por meio de fundação, como garantia de sucesso.

Serve para ilustrar a discussão o caso da TV UFOP, que se aproxima do modelo misto de gestão. A concessão pertencia à Fundação Educativa de Rádio e Televisão Ouro Preto (FEOP), mas a gestão de conteúdo cabia à Central de Comunicação Pública e Educativa, responsável pela rádio, televisão e Cine Vila Rica. A FEOP ficava ainda responsável pela contratação de pessoal. As emissoras de rádio e de televisão tiveram suas transmissões suspensas, porque a fundação será extinta devido a dívidas trabalhistas e à falta de transparência. De acordo com a reitora da UFOP, Cláudia Marlière, “a última prestação de contas realizada pela FEOP foi em 2015. A dificuldade na apresentação dos dados gerou preocupação” (UFOP, 2018). O Ministério Público de Minas Gerais pediu a extinção da fundação, cujas dívidas acumuladas chegavam a R\$ 50,4 milhões em 2017, sendo R\$ 45,9 referentes a projetos de terceiros (O LIBERAL, 2018).

A FEOP será extinta e a universidade irá “analisar e transferir individualmente os projetos, de acordo com o andamento e complexidade de cada um. Dessa forma é preciso negociá-los, tentando minimizar todos os impactos negativos” (O LIBERAL, 2018). A reitora ainda afirmou que a prioridade é quitar as dívidas trabalhistas. A intenção, segundo ela, é absorver todos os projetos que estavam sob a responsabilidade da FEOP, especialmente as emissoras de rádio e televisão.

EMISSORA	FUNCIONÁRIO	ESTAGIÁRIO	FINANCIAMENTO	MÉDIA RECURSOS MÊS	GESTÃO
TV UEMG	16	20	Público	Não informado	Direta
TV UFMG	09	40	Público	R\$300 mil*	Direta
TV UFOP	12	19	Público	R\$300 mil*	Mista
TV UFU	41	-	Misto	R\$210 mil	Indireta
TV Viçosa	07	07	Misto	R\$25 mil	Indireta

**Tabela 2** - Estrutura e gestão TVUs

**Fonte:** Pesquisa da autora (2018)

No tocante ao orçamento, os dois maiores eram o da UFMG e o da UFOP, apesar das verbas não serem destinadas especificamente para as emissoras de televisão, mas para o setor de comunicação. No caso da UFMG, o recurso era voltado para o Centro de Comunicação (Codecom), formado pelos setores de Comunicação Social (CCS) e pelo Centro Audiovisual (CAV). Na UFOP o orçamento era compartilhado entre a Central de Comunicação Institucional e a Central de Comunicação Pública e Educativa.

A TV Viçosa e a TV UFU possuem orçamentos mistos (público e privado), no entanto, há uma diferença significativa entre eles. A primeira recebe apenas R\$ 25 mil e a universidade responde pela estrutura da emissora. Seus maiores apoiadores são o Instituto UFV de Seguridade Social (Agros) e a câmara de vereadores, que paga pela retransmissão da sessão legislativa. Já a TV UFU tem um orçamento médio mensal de R\$ 210 mil, a maior parte referente à prestação de serviços para a própria universidade e para a câmara de vereadores. O contrato disponível no site da Fundação Rádio e Televisão Universitária (RTU) revela que o legislativo municipal paga R\$ 107 mil mensais para ter seis horas e 30 minutos da grade de programação da emissora entre segunda e sexta-feira (CONTRATO, DATA).

EMISSORA	PROGRAMAÇÃO LOCAL	CABEÇA-DE-REDE
TV UEMG	2h30	SESC TV
TV UFMG	30 min	SESC TV
TV UFOP	1h10min	Futura
TV UFU	5h	Rede Minas
TV Viçosa	1h	Rede Minas

**Tabela 3** - Programação local e cabeça-de-rede

**Fonte:** Pesquisa da autora (2018)

Conforme se observa no quadro 3, a TV UFU tem em média 7 horas de conteúdo local diário, no entanto 6 horas e 30 minutos dizem respeito ao serviço prestado à câmara de vereadores (transmissão das sessões, 5 programas de debates de 60 minutos por mês, e um programa mensal da Escola do Legislativo – todos, como frisa o contrato, sob a coordenação da mesa diretora legislativa). O único programa próprio de fato é o telejornal exibido diariamente às 19h.

A segunda emissora com maior tempo de programação é a TV UEMG. De acordo com a coordenadora da emissora, Ana Paula Damasceno Torres (2018), a grade é resultado de uma produção coletiva realizada nas unidades de Frutal, Divinópolis, Passos e Belo Horizonte. A emissora trabalha com séries de 8 episódios com 1 hora de

duração, a exemplo da Modart, que aborda a moda, o design e o artesanato produzidos em Minas Gerais. Exibe ainda programas de entrevistas e produções de divulgação das atividades de pesquisa, ensino e extensão dos campi da UEMG.

A grade local, com 1 hora e 10 minutos da TV UFOP, era preenchida por um telejornal diário de 10 minutos, vários boletins de 1 minuto ao longo do dia, interprogramas e séries. A TV Viçosa possui cerca de 1 hora diária de programação. Diariamente apresenta um telejornal de 15 minutos, retransmite a sessão da câmara de vereadores com 2 horas (18h e 20h) na segunda-feira, e programas de entrevista, música, variedade com duração média de 30 minutos, estes últimos exibidos semanalmente. Ainda conta com o programa semanal Contrarregra, semanal de 15 minutos, produzido pelos alunos do curso de Comunicação Social da UFV, e o Mosaico, realizado, por sua vez, pelos estudantes do curso de Publicidade de uma faculdade privada.

A TV UFMG trabalha com alguns programas mensais de divulgação de audiovisuais produzidos pela universidade, chamados Panorâmica, Câmera Aberta e Dois Pontos Programas de Entrevistas, além do programa De Olho nos Bichos, realizado em parceria com a Escola de Veterinária da instituição.

## Considerações finais

A conjuntura das TVs universitárias de Minas Gerais apresentada neste trabalho não é nada promissora para o campo público de comunicação. Em menos de dois anos, foram desativadas 5 das 16 emissoras que estavam em operação em 2017, uma redução de 31%. Diante do corte do orçamento para a educação superior, pode-se inferir um cenário cada vez mais adverso para essas TVs, considerando que, ao se diminuir a verba, as emissoras são um dos primeiros setores a ter imediatamente restrição de pessoal e de recursos financeiros.

Outro aspecto bastante crítico é a pouca produção de conteúdo local, muito em função da escassez de recursos. Conforme se observou, a emissora com maior tempo de programação local, a TV UFU, possui em média 5 horas por dia. No entanto, a grade é quase toda preenchida com transmissão das sessões e outros programas da câmara de vereadores. São 6 horas e 30 minutos de conteúdos do legislativo municipal veiculados entre segunda-feira e sexta-feira, pela emissora. Embora esta seja uma estratégia para conseguir se manter financeiramente, é preciso questionar: qual exequibilidade de se manter uma TVU para, na prática, prestar serviços à câmara?

Evidencia-se também a necessidade urgente de discutir a relação fundação

versus TV Universitária. Não se descarta que possa haver gestão bem-sucedida feita por esse tipo de instituição, contudo, em Minas Gerais, 3 emissoras de universidades federais (TV UFOP, TV UFLA E TV UFMT) foram fechadas ou desativadas por algum problema de gestão das suas respectivas fundações. Outrossim, o modelo de financiamento imposto ao campo público precisa ser repensado no que tange à proibição de inserção de publicidade ou na busca por alternativas como um fundo público, captado a partir da taxação das emissoras privadas para subsidiar a produção de conteúdo pelas TVs públicas.

## Notas

[1] O Fórum Nacional de Televisão Pública (FNTP) foi organizado pela primeira vez em 2006 pela Secretária do Audiovisual do Ministério da Cultura. Contou com a participação de organizações sociais que militam pela democratização da comunicação, gestores de emissoras educativas, comunitárias e universitárias, e representantes do governo federal. Em 2007, houve a segunda edição do FNTP.

[2] A legislação do rádio e da TV aberta é de 1962, o Código Brasileiro de Telecomunicações (CBT). A Constituição Federal de 1988, no capítulo V - Da Comunicação, estabelece no artigo 23 a complementaridade da radiodifusão entre a radiodifusão privada, pública e estatal. No entanto, como não houve regulamentação deste artigo, isso acaba gerando diversas interpretações sobre a distinção trazida no texto constitucional entre público e estatal. Uma lei infraconstitucional poderia em tese institucionalizar o campo público de comunicação.

[3] Nota sobre a suspensão da atividade da TV UFOP publicada no Facebook <https://www.facebook.com/TV.UFOP/posts/2294514570623262>

[4] Optou-se por deixar a TV UFOP, embora ela tenha sido recentemente desativada em 01/01/2019. A entrevista foi realizada em fevereiro 2018.

## Referências

ANATEL. TV paga perde 521,77 mil assinantes em 12 meses de acordo com números de novembro. Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/institucional/noticias-destaque/2165-tv-paga-perde-521-77-mil-assinantes-em-12-meses-de-acordo-com-numeros-de-novembro>. Acesso em: 15 dez. 2018.

ÁVILA, Lucimar Antônio Cabral de. **Governança corporativa, desempenho econômico-financeiro e volume de operações no terceiro setor: um estudo de caso na Fundação Rádio e Televisão Educativa de Uberlândia**. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Administração. São Paulo: FGV, 2013.

BIANCO, Nelia R del; ESCH, Carlos Eduardo; MOREIRA, Sonia V. Observatório da radiodifusão pública na América Latina: balanço de um ano de atuação. **Revista Eptic**, v.15 n.2, p. 58-73, 2103. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/940/0>. Acesso em: 10 jul. 2017.

BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas: sobre a teoria da ação**. Campinas: Papyrus, 1996.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI. **Indicadores de qualidade nas emissoras públicas - uma avaliação contemporânea**. Série Debates CI (Unesco), v. 10, 2012.

BUCCI, Eugênio. É possível fazer televisão pública no Brasil? **Novos Estudos Cebrap**, v. 88, p. 5-18, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/nec/n88/n88a01.pdf>. Acesso em: 15 ou. 2014.

BUCCI, Eugênio; CHIARETTI, Marco; FIORINI, **Indicadores de Qualidade nas Emissoras Públicas - Uma Avaliação Contemporânea**. Série Debates CI (Unesco), v. 10, 2012.

CAETANO, Camila. **TVU Lavras está temporariamente fora do ar - acompanhe a programação pela internet**. Disponível em: <http://www.ufla.br/dcom/2017/12/01/tvu-lavras-esta-temporariamente-fora-do-ar-acompanhe-a-programacao-pela-internet/>. Acesso em: 20 nov. 2018.

CATANI, Afrânio Mendes. As possibilidades analíticas da noção de campo social. **Educ. Soc.**, v. 32, n. 114, 2011, p. 189-202. Jan-mar. 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/es/v32n114/a12v32n114.pdf>. Acesso em: 15 jan.2018.

**CÂMARA DE VEREADORES.** Contrato com a Câmara de Vereadores de Uberlândia. Disponível em: [http://www.rtu.ufu.br/sites/rtu.ufu.br/files/media/document//contrato\\_camara\\_municipal\\_de\\_uberlandia\\_019-2016\\_-\\_vigencia\\_2017.pdf](http://www.rtu.ufu.br/sites/rtu.ufu.br/files/media/document//contrato_camara_municipal_de_uberlandia_019-2016_-_vigencia_2017.pdf). Acesso em:

DAHER, Chico. **Entrevista concedida à autora.** Fevereiro 2018.

DIAS, Ana Paula Vieira de Souza. **As TVs universitárias no contexto das indústrias culturais e midiáticas:** o desafio conceitual e a busca de um modelo. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades. Vitória: UFES, 2016.

FNTP. **Caderno do I Fórum Nacional de Televisão Pública.** Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/upload/livro\\_TV\\_s\\_24-11\\_1164825028.pdf](http://www.cultura.gov.br/upload/livro_TV_s_24-11_1164825028.pdf). Acesso em: 1 out. 2018

FUENZALIDA, Valério. Reformas em la TV Pública de América Latina. In: MORENO, Maria Rosa (ed). **De lo estatal a lo público.** Medios de quien y para qué? Lima: A.C.S Calandria y Veeduría, 2006. p.19-54.

HALL, Stuart. **Sin garantías:** trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Bogotá: Instituto de Estudios Sociales y Culturales Pensar, 2010.

LOPES, Ivonete da Silva. O golpe político-institucional e o desmonte da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). **Revista Eptic**, v. 20, n. 2, p.164-177. Mai -ago. 2018. P.Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/9637>. Acesso em: 20 ago. 2018.

LOPES, Ivonete da Silva. **TV Viçosa:** diagnóstico e perspectivas [relatório]. Viçosa, 2016.

JARDIM, Márcia de Almeida. **Antenas do legislativo:** uma análise dos canais de televisão do poder legislativo no Brasil. 2008.

MAGALHÃES, Cláudio Márcio. Dossiê TV universitária: 45 anos de experiência. **Revista ABTU**, n. 3, p. 8-14. 2003. Disponível em: [https://fd90c528-89f2-45d9-a1b5-2f59fca533a3.filesusr.com/ugd/44bofc\\_fe7ba043976d4a2884f7c2f7c36ecobf.pdf](https://fd90c528-89f2-45d9-a1b5-2f59fca533a3.filesusr.com/ugd/44bofc_fe7ba043976d4a2884f7c2f7c36ecobf.pdf). Acesso em: 5 jun. 2017.

MCQUAIL, Denis. **La acción de los medios de comunicación y el interés público.**

Londres: Sage, 1992.

**MINISTÉRIO DA CULTURA.** Caderno de Debates I - Fórum Nacional de Televisão Pública. Disponível em: [http://www.cultura.gov.br/upload/livro\\_TV\\_s\\_24-11\\_1164825028.pdf](http://www.cultura.gov.br/upload/livro_TV_s_24-11_1164825028.pdf). Acesso em: 25 mar. 2010.

O LIBERAL. **Fechamento da FEOP.** Disponível em: <https://site.jornaloliberal.net/noticia/343/reitora-da-ufop-fala-sobre-o-fechamento-da-feop>. Acesso em: 25 nov. 2018.

OLIVEIRA, Marcela. **Emissora universitária tem demissão em massa após ameaça de fechamento.** Disponível em: <https://bhaz.com.br/2018/06/22/emissora-universitaria-demissao-massa/>. Acesso em: 20 nov. 2018.

OTONDO, Tereza. **Televisão pública.** Para quem e para quê? São Paulo: Anablume, 2012.

PASQUALI, Antonio. Reinventar los servicios públicos. **Nueva Sociedad.** Cidade do México, n. 140, p. 70-89, 1995. Disponível em: [https://nuso.org/media/articles/downloads/2454\\_1.pdf](https://nuso.org/media/articles/downloads/2454_1.pdf). Acesso em: 5 fev. 2018.

PASQUALI, Antonio. **La radiotelevisión pública en Venezuela.** In: UNESCO. Radiotelevisión de servicio público: un manual de mejores prácticas. San José: Unesco, 2006, p. 73-95.

PEIXOTO, Fabiana; PRIOLLI, Gabriel (orgs). **A televisão universitária no Brasil: os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe.** São Paulo: UNESCO, 2004.

POULANTZAS, Nicos. **O estado, o poder, o socialismo.** São Paulo: Editora: Graal, 1981.

PREVEDELLO, Carine Felkl. **Televisões universitárias público-estatais: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização no interior do Brasil.** Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

RINCÓN, Omar (org.) **Televisão pública: do consumidor ao cidadão.** Quito/Equador: Fundação Friedrich Ebert Stiftung, 2002.

RINCÓN, Omar. **Guste o no, la televisión es el gran relato popular** [entrevista concedida a Emanuel Respigui. *Jornal Página 12.* Disponível em: <http://www.pagina12>.

com.ar/diario/suplementos/espectaculos/2-11750-2008-10-24.html. Acesso em: 10 ago. 2013.

ROSENTHAL, Michael. **Ideology, determinism and relative autonomy**. Review of Contemporary Media, 1978.

STEVANIM, Luiz Felipe Ferreira. **Uma política do ver: negociações de sentido e práticas em torno do público**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Rio de Janeiro: UFRJ, 2011.

TORRES, Ana Paula Damasceno. **Entrevista concedida por e-mail**. 5 abr. 2018.

TV A CABO. **Dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado**. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2011/lei/l12485.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12485.htm). Acesso em: 20 abri.2018.

UFOP. **Em coletiva, reitora fala sobre projetos relacionados à FEOP**. Disponível em: <http://www.ouopreto.com.br/noticia/2557/em-coletiva-reitora-fala-sobre-projetos-relacionados-a-feop>. Acesso em: 05 dez. 2018.

## Financiamento

Este artigo é um recorte do projeto Televisões Universitárias: programação, modelo de gestão e desafios frente à digitalização financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisas do Estado de Minas Gerais (Fapemig).