

---

## TVs Universitárias público-estatais nas capitais: impactos da Digitalização<sup>1</sup>

Ana Beatriz DINIZ<sup>2</sup>  
Lorenzo MELLO<sup>3</sup>  
Rafaela GAMA<sup>4</sup>  
Wagner FERNANDO<sup>5</sup>  
Carine PREVEDELLO<sup>6</sup>

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

### Resumo

Ainda que, historicamente, a partir da TV UFPE, em 1968, as TVs universitárias tenham sido pioneiras no surgimento das emissoras públicas de televisão no Brasil, este contexto não garantiu uma História de protagonismo. Passado o surgimento da Lei da TV a cabo, que incentivou a criação de canais públicos no país, e a transição para a TV Digital, que demarca uma transformação importante nos modelos de produção e transmissão, o cenário permanece difuso. Além de discutir o aspecto histórico, o artigo apresenta um mapeamento dos canais em atividade nas universidades públicas das capitais brasileiras, e detalha as características de veiculação e formato de produção. Como resultado de pesquisa realizada há dez anos, o estudo dedica-se a compreender também o impacto das plataformas digitais e das redes sociais nas TVs universitárias das capitais brasileiras.

**Palavras-chave:** Televisão; TVs universitárias; Digitalização; TV Digital; TV pública.

### Pioneirismo histórico e a expectativa da Digitalização

Na História da radiodifusão no Brasil, as TVs universitárias ocupam lugar pioneiro, especialmente na composição do campo público de Televisão: a TV UFPE, canal da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), foi a primeira a obter uma concessão de canal educativo no Brasil, em 1968. É, portanto, a primeira TV pública (ou

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ 08 Estudos Interdisciplinares da Comunicação do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da ECO/UFRJ, pesquisadora do Programa de Educação Tutorial (PET) ECO, financiado pelo MEC/SeSU. email: anabeatriz.ribeiro@discente.eco.ufrj.br

<sup>3</sup> Estudante de Graduação do 7º semestre do Curso de Jornalismo da ECO/UFRJ, pesquisador do Programa de Educação Tutorial (PET) ECO, financiado pelo MEC/SeSU. email: lorenzo,silva@discente.eco.ufrj.br

<sup>4</sup> Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Jornalismo da ECO/UFRJ, pesquisadora do Programa de Educação Tutorial (PET) ECO, financiado pelo MEC/SeSU. email: rafaela.gama@discente.eco.ufrj.br

<sup>5</sup> Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da ECO/UFRJ, pesquisadora do Programa e Educação Tutorial (PET) ECO, financiado pelo MEC/SeSU. email: wagner.ferreira@discente.eco.ufrj.br

<sup>6</sup> Orientadora do trabalho. Professora dos cursos de Jornalismo e Rádio e TV da ECO/UFRJ, tutora do PET/ECO. email: carine.prevedello@eco.ufrj.br

---

público-estatal, conforme é possível discutir conceitualmente mais adiante), e a primeira TV universitária e educativa.

De lá para cá, pelo menos três movimentos foram importantes, tanto para fortalecer o campo público de televisão, quanto para incentivar a criação e desenvolvimento de núcleos institucionais de produção audiovisual nas universidades: a) as concessões de canais educativos, nas décadas de 1970 a 1980; b) a criação da Lei da TV a cabo, em 1995, que instituiu os canais de utilização gratuita, entre eles os universitários; c) a proposta do Operador Nacional de Rede Pública, durante a transição para a TV Digital, nos anos 2000, para viabilizar a estrutura de transmissão digital dos canais público-estatais.

Para além da transição para a TV aberta digital no Brasil, o contexto histórico do século XXI, marcado pelo surgimento da internet, das redes sociais e das plataformas digitais, amplia os impactos para a inserção dos canais públicos e TVs universitárias no campo do audiovisual. Tais consequências trazem transformações tanto no sistema de produção quanto de transmissão de informações, objetos de investigação deste artigo.

A trajetória de subalternidade das TVs universitárias no Brasil confunde-se com a própria marginalização da TV pública (Prevedello, 2020). A criação do Fórum Nacional das TVs Públicas, em 2006, e a instituição da TV Brasil, em 2007, pareciam indicar um amadurecimento da sociedade civil e dos movimentos sociais pela democratização da Comunicação, para a rediscussão da divisão do espectro audiovisual, especialmente na TV aberta. Não foi o que se viu com a consolidação da migração direta dos canais comerciais para a TV Digital, sem redistribuição ou revisão das concessões, e mais ainda com o avanço dos governos de orientação ideológica liberal e/ou neoliberal, sem apreço pela Comunicação Pública.

É importante destacar que o contexto histórico do século XXI é marcado pelo surgimento da internet, das redes sociais e das plataformas digitais como um novo sistema de produção e transmissão de informações, com impacto direto nos “modos de fazer” televisão, entre outras áreas.

O debate acerca do conceito de TV pública, que envolve também a concepção de campo público de televisão, encontra diferentes abordagens entre autores brasileiros

---

(BUCCI, 2006; VALENTE, 2009). Sobre o conceito de TV universitária, o texto de De Carli e Trentin (1998) e o debate que propõem Bianco e Maia (2020) associam uma série de fatores, entre abrangência, financiamento, dificuldades de manutenção e aparelhamento, observando que “as emissoras parecem mais institucionais do que públicas” (Op.Cit., 2020, p. 11).

As mudanças tecnológicas impostas a partir da internet na produção audiovisual nos colocam diante de um novo panorama. Quando as TVs universitárias migram ou multiplicam seus canais para as redes digitais, estão também mudando o padrão tecnológico (BOLAÑO, 2000). Desde já, cabe esclarecer uma terminologia de conceito, que contrapõe o termo Telejornalismo, adotado por uma série de autores (MACHADO, 2005; VIZEU, 2002) em associação ao telejornal como gênero jornalístico, às novas designações do exercício do Jornalismo para telas (EMERIM, 2018), ou do conceito de Jornalismo Audiovisual (BECKER, 2012), como adaptação de formatos ao ambiente digital e móvel.

Em levantamento anterior (PREVEDELLO, 2013), os impactos da transição para a TV aberta digital e da Digitalização – como processo mais amplo de produção e transmissão – não puderam ser observados, devido à falta de consolidação das estruturas técnicas e ao atraso da própria migração para os canais digitais. Retomada a pesquisa pelo grupo do Programa de Educação Tutorial (PET) da Escola de Comunicação (ECO) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), a inserção em uma universidade federal de capital passa a orientar o interesse de investigação para a realidade dessas emissoras ou polos de produção audiovisual.

Neste sentido, a partir da diversificação de plataformas digitais de distribuição de conteúdo audiovisual, o artigo propõe:

- a) identificar os núcleos televisivos e/ou de produção audiovisual hoje em atividade nas universidades públicas das capitais,
- b) bem como os sistemas de transmissão em que operam no contexto da Digitalização, considerando a adaptação às plataformas como um impacto em relação ao sistema de transmissão analógico, predominante até o final da primeira década deste século, fundamentalmente em canal aberto ou por TV a cabo;

c) avaliar as características de experimentações de produção de conteúdo em jornalismo audiovisual presentes nestes canais.

Metodologicamente, a pesquisa destina-se a um levantamento quantitativo de dados na internet em três frentes: a) sites das universidades; b) canais das universidades e dos núcleos audiovisuais no YouTube; c) canais das universidades e dos núcleos audiovisuais no Facebook e Instagram; d) citações dos canais em pesquisa livre no Google.

### TVs universitárias público-estatais nas capitais brasileiras

Desde a conceituação proposta por Prevedello (2013), os núcleos audiovisuais das universidades públicas brasileiras localizadas em capitais foram mapeados a partir da sua presença televisiva, em canais de TV aberta e/ou paga; e on-line, nas redes sociais *YouTube, Facebook e Instagram*. A atividade e a regularidade das exibições e postagens também foi levada em consideração, de modo a contemplar conteúdos produzidos por universidades públicas que utilizam a internet como sistema de transmissão.

**Tabela 1 - Núcleos audiovisuais nas universidades públicas das capitais brasileiras por região**

Cidade/Estado	Universidade	Núcleo audiovisual
<b>Sul</b>		
Porto Alegre (RS)	UFRGS	UFRGS TV
Florianópolis (SC)	UFSC	TV UFSC
Florianópolis (SC)	UDESC	TV UDESC
Curitiba (PR)	UFPR	UFPR TV
<b>Sudeste</b>		
Rio de Janeiro (RJ)	UNIRIO	NIS UNIRIO
Rio de Janeiro (RJ)	UERJ	TV UERJ
Rio de Janeiro (RJ)	UFRJ	WebTV UFRJ
São Paulo (SP)	USP	Canal USP
São Paulo (SP)	Unifesp	Web TV
São Paulo (SP)	UNIVESP	UNIVESP TV
Belo Horizonte (MG)	UEMG	TV UEMG

Belo Horizonte (MG)	UFMG	TV UFMG
Vitória (ES)	UFES	TV UFES
<b>Centro-Oeste</b>		
Brasília (DF)	UNB	UNB TV
Campo Grande (MS)	UFMS	TV UFMS
Cuiabá (MT)	UFMT	TVU
Goiânia (GO)	UFG	TV UFG
Goiânia (GO)	UEG	UEG TV
<b>Nordeste</b>		
<b>Fortaleza (CE)</b>	UFC	UFC TV
<b>Recife (PE)</b>	UFPE	TVU Recife
<b>Recife (PE)</b>	UPE	UPE nas Redes
Salvador (BA)	UFBA	TV UFBA
Salvador (BA)	UNEB	TV UNEB
João Pessoa (PB)	UFPB	TV UFPB
Natal (RN)	UFRN	TVU RN
Aracaju (SE)	UFS	TV UFS
Maceió (AL)	UFAL	TV UFAL
São Luís (MA)	UFMA	TV UFMA
São Luís (MA)	UEMA	Canal UEMA
Teresina (PI)	UFPI	UFPI TV
<b>Norte</b>		
Manaus (AM)	UFAM	TV UFAM
Boa Vista (RR)	UFRR	NRTU
Palmas (TO)	UNITINS	UNITINS TV
Porto Velho (RO)	UNIR	TV UNIR
Macapá (AP)	UNIFAP	TV UNIFAP
Macapá (AP)	UEAP	UEAP TV
Rio Branco (AC)	UFAC	UFACTV
<b>Total: 37</b>		

A partir da Tabela 1, é evidente a prevalência da região Nordeste, representando 32,43% do total de núcleos audiovisuais universitários distribuídos pelas capitais do país. Apenas os estados da Bahia, Pernambuco, Ceará e Maranhão concentram 18,91% da totalidade contabilizada em todo o país, percentual que se iguala aos números do Norte e supera as regiões Sul (10,81%) e Centro-Oeste (13,51%). O maior quantitativo de unidades federativas aliado à tradição, considerando que o marco da primeira TV

---

universitária brasileira é reivindicado pela UFPE após a conquista de uma concessão para canal educativo em 1968, é indicativo para a primazia do Nordeste.

### **Núcleos audiovisuais e canais de transmissão (TV aberta/ TV paga/ webTV/ produtora periférica)**

Desde o surgimento das televisões universitárias no Brasil, os modelos de transmissão e produção foram desenvolvidos de formas diferentes nas instituições de ensino superior. Modelos editoriais e estruturais acabaram se constituindo simultaneamente à ideia de TV universitária. Desse modo, os canais de transmissão das TV's universitárias nas capitais tiveram que evoluir com o desenvolvimento da internet.

Pessoas que antes só consumiam informações por jornal, rádio e telas convencionais de televisão, agora recebem, nas mãos, pelo celular, conteúdos audiovisuais. Logo, os núcleos audiovisuais em geral se reformularam, e a adaptação massiva para as WebTV's foi necessária. Dez anos depois da pesquisa “Televisões universitárias público-estatais no interior do Brasil: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização” (2013), a transmissão paga ainda ocorre massivamente por meio da antiga NET-TV (atual Claro). O sistema de exibição distingue-se em operacional desvinculado (que se dá pelo envio da programação editada e gravada, já com seus horários de veiculação) e exibição operacional conjugada (quando as próprias TV's universitárias têm autonomia de transmissão, com grade de programação independente do canal e apenas emitem o sinal à operadora de TV a cabo).

Por fim, as produtoras periféricas são as instituições que não mantêm uma regularidade em suas produções audiovisuais. Oferecem programas eventuais, que não estão relacionados diretamente à universidade, e os veiculam em grades administradas pela emissora independente da instituição de ensino.

Tem-se então, por televisão universitária, uma emissora instituída, gerida e mantida por universidade pública-estatal, ou sem fins lucrativos, formada por estudantes, professores e funcionários, capaz de produzir uma grade própria de programação com a finalidade de retratar atividades relacionadas ao ensino, pesquisa e extensão, bem como servir à representação da diversidade cultural e peculiaridades regionais que está inserida, explorando novos formatos audiovisuais e

temáticos que a consolidem como uma alternativa ao padrão tecnológico hegemônico. (PREVEDELLO, 2013. p. 82)

Apesar da tese original tratar das televisões universitárias no interior do Brasil, pode-se pensar nas evoluções que ocorreram nos últimos dez anos. Há uma década, a transmissão somente pelo modelo WebTV representava 27,2% do total (PREVEDELLO, 2013, p. 89), enquanto, em 2023, nas capitais, 40,54% da TVU's transmitem só pela internet. Outro fator é que, em 2004, nenhuma das TVs reunia, à época, as três possibilidades de transmissão (internet, canal aberto e TV paga) e apenas dez possuíam distribuição tanto em sinal aberto quanto fechada. Entretanto, atualmente, a maioria reúne mais de uma opção de transmissão, porém apenas sete TVU's reúnem os três modelos.

Nesse contexto, quando se trata de apenas um modelo de transmissão, o de WebTV's reúne mais emissoras. Só a "TV UNIR", da Universidade Federal de Rondônia, transmite em apenas um modelo diferente de *WebTV*, pois atua na televisão aberta retransmitindo a programação da TV Brasil. O *YouTube* e o site da TV UNIR estão desatualizados há três anos. No trabalho anterior, as TVU's que transmitiam exclusivamente pela TV por assinatura (paga), no interior, representavam 54,5% do total. Porém, hoje, pelo menos nas capitais, nenhuma TVU transmite só em TV por assinatura.

Além disso, as produtoras periféricas se concentram majoritariamente na região Norte, com quatro das sete universidades tendo defasagem nas suas transmissões pela WebTV. Nessa perspectiva, a UEAP TV e a UFAC TV, da Universidade do Estado do Amapá e da Universidade Federal do Acre, respectivamente, só atuam como produtoras periféricas. Em contrapartida, a região Centro-Oeste não tem nenhuma produtora periférica, como pode ser observado na tabela a seguir, que analisa, caso a caso, os sistemas de transmissão de cada televisão universitária localizada em capital.

<b>Tabela 2 - Plataformas de disponibilização do conteúdo das televisões universitárias público-estatais localizadas nas capitais brasileiras – 2023</b>						
<b>Cidade/Estado</b>	<b>Universidade</b>	<b>Núcleo audiovisual</b>	<b>Produtora Periférica</b>	<b>Website</b>	<b>TV paga</b>	<b>TV aberta</b>
<b>Sul</b>						
Porto Alegre (RS)	UFRGS	UFRGS TV	Blog	Youtube	NET-TV	
Florianópolis (SC)	UFSC	TV UFSC	Site	Youtube		TV Brasil
Florianópolis (SC)	UDESC	TV UDESC		Youtube		

Curitiba (PR)	UFPR	UFPR TV		Site e Youtube		
<b>Sudeste</b>						
Rio de Janeiro (RJ)	UNIRIO	NIS UNIRIO		Youtube	NET-TV	
Rio de Janeiro (RJ)	UERJ	TV UERJ		Youtube		
Rio de Janeiro (RJ)	UFRJ	WebTV UFRJ	Site	Youtube		
São Paulo (SP)	Unifesp	Web TV		Youtube		
São Paulo (SP)	UNESP	TV UNESP		Site e Youtube	Claro-Bauru	TV Cultura
São Paulo (SP)	UNIVESP	UNIVESP TV		Site e Youtube	VIVO-TV	TV Cultura
Belo Horizonte (MG)	UEMG	TV UEMG		Youtube	NET-TV e OI HD TV	
Belo Horizonte (MG)	UFMG	TV UFMG		Site e Youtube		
Vitória (ES)	UFES	TV UFES		Youtube	NET-TV	
<b>Centro-Oeste</b>						
Brasília (DF)	UNB	UNB TV		Site e Youtube	NET-TV	
Campo Grande (MS)	UFMS	TV UFMS		Site e Youtube	NET-TV	TV Cultura
Cuiabá (MT)	UFMT	TVU		Site e Youtube		SIM-TV TV Brasil
Goiânia (GO)	UFG	TV UFG		Site e Youtube	NET-TV	TV Brasil Canal Futura
Goiânia (GO)	UEG	UEG TV		Youtube		
<b>Nordeste</b>						
Fortaleza (CE)	UFC	UFC TV		Site e Youtube		
Recife (PE)	UFPE	TVU Recife		Youtube		
Recife (PE)	UPE	UPE nas Redes		Youtube		
Salvador (BA)	UFBA	TV UFBA		Youtube		
Salvador (BA)	UNEB	TV UNEB		Youtube		TV Kirimurê
João Pessoa (PB)	UFPB	TV UFPB		Site e Youtube		TV Brasil

Rio Grande do Norte	UFRN	TVU RN		Site e Youtube	Sidy's TV Cabo Natal (HD)	TV Brasil
Aracaju (SE)	UFS	TV UFS		Youtube		TV Brasil
Maceió (AL)	UFAL	TV UFAL	Youtube			TV Brasil
São Luís (MA)	UFMA	TV UFMA		Site e Youtube	SKY TVN NET-TV	Sesc TV
São Luís (MA)	UEMA	Canal UEMA	Youtube			
Teresina (PI)	UFPI	UFPI TV		Site e Youtube		
<b>Norte</b>						
Manaus (AM)	UFAM	TV UFAM	Blog	Youtube	NET-TV	Canal Futura
Boa Vista (RR)	UFRR	NRTU		Youtube		TV Brasil
Palmas (TO)	UNITINS	UNITINS TV		Youtube		TV Cultura
Porto Velho (RO)	UFRO	TV UNIR				TV Brasil
Macapá (AP)	UNIFAP	TV UNIFAP	Site e Youtube			TV Brasil
Macapá (AP)	UEAP	UEAP TV	Youtube			
Rio Branco (AC)	UFAC	Ufac TV	Youtube			

Os dados indicam que o *YouTube* é o principal meio utilizado pelos núcleos de televisão das universidades públicas das capitais brasileiras. De 37 instituições federais e estaduais, apenas os núcleos da UFRO e da UFPA não atualizam mais suas contas na plataforma. A UNIFAP, a UFAL e a UEMG, apesar de não publicarem no YouTube com frequência considerável, também atuam em canais convencionais de televisão.

São 17 universidades com transmissão em TV aberta, sendo que possível observar que dez têm parceria com a TV Brasil e quatro com a TV Cultura. Outras doze transmitem em TV paga. Além disso, é possível notar que, dentre elas, apenas sete são responsáveis por atuarem tanto em canais abertos quanto em fechados. É possível perceber ainda que há maior concentração de transmissão universitária em televisão paga no Sudeste; em televisão aberta, no Norte e Nordeste. Dos 12 núcleos audiovisuais universitários que transmitem em TV paga, cinco estão no Sudeste, que tem apenas duas TVs abertas (mantidas por UNESP e UNIVESP). No Norte e Nordeste, estão onze das dezessete

---

transmissões em canal aberto. A região com maior equilíbrio neste sentido é o Centro-Oeste, com três universidades em cada sistema de transmissão, sendo que UFG e UFMS operam tanto em canal aberto quanto em canal pago.

Outro ponto a ser ressaltado é a diferença de definição de transmissão, a qual, mesmo com o custo do investimento em digitalização, será padrão para a maioria das estações não comerciais, que enfrentarão concorrentes operando em alta definição. Isso causa a redução drástica da capacidade competitiva das emissoras públicas, educativas e comunitárias. Essas dificuldades se dão devido ao orçamento mais curto em comparação com suas rivais. Com fins educativos e sem qualquer tipo de marketing e propaganda, as TVU's são dependentes das verbas repassadas pelas universidades. Quando há cortes orçamentários, valores menores são destinados às TVs, o que dificulta a produção de conteúdo em alta definição como nas concorrentes.

### **Núcleos audiovisuais e Redes sociais: adaptação de conteúdos**

A presença dos núcleos audiovisuais universitários no ambiente on-line não se restringe a websites próprios ou à plataforma de compartilhamento de vídeos *YouTube*. Sem a burocracia das concessões de televisão e sem os requisitos necessários para criação de ambientes próprios, as TVs universitárias ocupam espaço nas redes sociais. Neste artigo, analisou-se a presença em três delas: *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*. A partir de pesquisa manual, buscou-se os perfis dos núcleos nestes sites e verificou-se data da última postagem, periodicidade de publicação e tipo de conteúdo ofertado. Esses critérios foram considerados para atestar presença nas plataformas mencionadas.

Outro fator importante foi a finalidade dos conteúdos. Neste levantamento, considerou-se a publicação na íntegra de programas ou reportagens nas redes sociais. Há núcleos audiovisuais universitários que utilizam as plataformas apenas para publicação de chamadas - sejam vídeos curtos, fotos ou textos - de divulgação das suas produções. Aqui, levou-se em conta a oferta do conteúdo como um todo.

Nesta perspectiva, a utilização de redes sociais para disponibilização de conteúdo pelas televisões universitárias público-estatais localizadas nas capitais brasileiras ocorre por duas grandes razões. No caso dos núcleos audiovisuais que transmitem em televisão aberta e/ou paga, a disponibilização de conteúdo on-line amplia o alcance para além da

---

frequência pública ou dos limites da televisão fechada. Já para as televisões universitárias que não detêm concessões públicas, as redes sociais são o principal suporte para atingirem o público.

Com este objetivo, o *YouTube* desponta como principal plataforma utilizada para publicação de conteúdo. Projetada para receber vídeos e sem limite de tempo de conteúdo, a ferramenta é um grande repositório de produções. Entre os núcleos audiovisuais universitários considerados neste artigo, só não utilizam o YouTube aqueles que não têm presença digital ou que não adotam perfis próprios e não estão segregados dos canais institucionais das universidades às quais estão atrelados.

A disponibilidade de conteúdo nas redes sociais nem sempre está acompanhada da adaptação dos formatos de produção para o ambiente digital. Criado para ser utilizado em celulares e outros dispositivos móveis, o Instagram, por exemplo, privilegia vídeos gravados na vertical. No entanto, são poucos os núcleos audiovisuais universitários que fogem do padrão convencional de conteúdos filmados e editados na horizontal, em uma lógica pensada no modo de transmissão próprio para telas de televisão ou computador.

O que se verifica, normalmente, é a transposição do formato tradicional de produção para as novas telas e plataformas. Por trás dessa constatação, há possíveis causas, como a necessidade de alteração de rotinas de produção, muitas vezes já tumultuadas pela carência de recursos humanos, falta de infraestrutura e equipamentos, em um contexto de precarização.

O *Facebook*, rede social que já foi mais utilizada, ainda é canal para parte dos núcleos audiovisuais universitários. No entanto, verifica-se que essa rede social está cada vez mais à margem e não é uma prioridade. Os conteúdos são, por vezes, replicados de outras plataformas. Há também o caso dos núcleos que publicam suas produções em todas as redes sociais, sem distinção ou alterações conforme as particularidades. Neste caso, o Facebook é meramente mais um espaço.

A pesquisa registrou também o caso de núcleos audiovisuais universitários que não mantêm presença digital. Dado o avanço da digitalização, é questionável como esses núcleos conseguem atingir o público e se conseguem dialogar com seus espectadores para além dos métodos tradicionais de transmissão. Nesta linha, menciona-se TV UEMG, TV UFAL, UFPI TV, TV UNIR (UFRO), UnitinsTV, UEAP TV, que, no momento de realização desta pesquisa, não mantinham canais atualizados para comunicação com a audiência por meio da internet.

Há, ainda, a situação vivenciada por núcleos audiovisuais universitários mais tradicionais, como UFRGS TV, UFPR TV e TV UFMG, que têm grande presença digital e dominam as três redes sociais analisadas. Mesmo assim, por vezes, há replicação de materiais sem considerar as diferenças de cada plataforma, o que não impossibilita o consumo das produções, mas expõe a ausência de exclusividade.

<b>Tabela 3 - Utilização de redes sociais para disponibilização de conteúdo pelas televisões universitárias público-estatais nas capitais brasileiras 2023</b>					
<b>Cidade/Estado</b>	<b>Universidade</b>	<b>Núcleo audiovisual</b>	<b>YouTube</b>	<b>Facebook</b>	<b>Instagram</b>
<b>Sul</b>					
Porto Alegre (RS)	UFRGS	UFRGS TV	x	x	X
Florianópolis (SC)	UFSC	TV UFSC	x		X
Florianópolis (SC)	UDESC	TV UDESC	x		
Curitiba (PR)	UFPR	UFPR TV	x	x	X
<b>Sudeste</b>					
Rio de Janeiro (RJ)	UNIRIO	NIS UNIRIO	x		
Rio de Janeiro (RJ)	UERJ	TV UERJ	x		
Rio de Janeiro (RJ)	UFRJ	WebTV UFRJ	x		
São Paulo (SP)	USP	Canal USP	x		
São Paulo (SP)	Unifesp	Web TV	x	x	X
São Paulo (SP)	UNIVESP	UNIVESP TV	x		
Belo Horizonte (MG)	UEMG	TV UEMG			
Belo Horizonte (MG)	UFMG	TV UFMG	x	x	X
Vitória (ES)	UFES	TV UFES	x		X
<b>Centro-Oeste</b>					
Brasília (DF)	UNB	UNB TV	x		X
Campo Grande (MS)	UFMS	TV UFMS	x		X
Cuiabá (MT)	UFMT	TVU	x		
Goiânia (GO)	UFG	TV UFG	x	x	X
Goiânia (GO)	UEG	UEG TV	x		
<b>Nordeste</b>					
Fortaleza (CE)	UFC	UFC TV	x	x	X
Recife (PE)	UFPE	TVU Recife	x		X

Recife (PE)	UPE	UPE nas Redes	x		
Salvador (BA)	UFBA	TV UFBA	x		X
Salvador (BA)	UNEB	TV UNEB	x	x	X
João Pessoa (PB)	UFPB	TV UFPB	x	x	X
Rio Grande do Norte	UFRN	TVU RN	x		X
Aracaju (SE)	UFS	TV UFS	x		X
Maceió (AL)	UFAL	TV UFAL			
São Luís (MA)	UFMA	TV UFMA	x		X
São Luís (MA)	UEMA	Canal UEMA	x		X
Teresina (PI)	UFPI	UFPI TV			X
<b>Norte</b>					
Manaus (AM)	UFAM	TV UFAM	x	x	X
Boa Vista (RR)	UFRR	NRTU	x	x	X
Palmas (TO)	UNITINS	UNITINS TV			
Porto Velho (RO)	UFRO	TV UNIR			
Macapá (AP)	UNIFAP	TV UNIFAP	x	x	X
Macapá (AP)	UEAP	UEAP TV			
Rio Branco (AC)	UFAC	Ufac TV		x	

A adesão massiva dos núcleos audiovisuais universitários às redes sociais pode estar relacionada à ampliação do uso das tecnologias de transmissão e presença digital. A facilidade de consumo de conteúdo on-line por dispositivos móveis e a manutenção de perfis em redes sociais relaciona-se à ideia da internet enquanto um campo mais democrático de comunicação e veiculação de produções audiovisuais. Os núcleos universitários afastam-se dos entraves das concessões de televisão e têm menor investimento de infraestrutura para operação, além do baixo ou nenhum custo de implantação de perfis nas redes sociais.

### Considerações finais

As televisões universitárias acompanharam, conforme exposto nos dados, o processo de migração para as plataformas digitais, em busca de maior democratização e acesso para a veiculação de seus materiais. A forte presença dessas TV's universitárias

---

demonstra que, embora a Lei da TV a Cabo tenha tido impacto positivo para o campo, ainda existem entraves na concessão de canais para instituições de ensino superior — como burocracia, falta de investimento e estrutura relacionados aos atores envolvidos neste processo.

Os avanços das televisões nas capitais confirmam um movimento não só de expansão das universidades no país, mas também dos núcleos universitários de produção audiovisual. Frente a esse relevante uso das redes e das novas plataformas para veiculação dos conteúdos, a continuidade desta pesquisa buscará compreender de que formas essas TV's universitárias utilizam as redes sociais.

Os dados indicam, até o mês de maio de 2023, um total de 37 televisões universitárias vinculadas às instituições federais e estaduais nas capitais brasileiras, sendo que o *YouTube* é o principal meio de transmissão utilizado. São 17 universidades com transmissão em TV aberta, sendo que dez delas têm parceria com a TV Brasil e quatro com a TV Cultura. Outras 12 transmitem em TV paga. Além disso, é possível notar que, dentre elas, apenas sete atuam tanto em canal aberto quanto fechado.

Em que pese esta maior presença digital, um novo desafio se mostra no horizonte. A adaptação dos conteúdos, ainda muito alicerçados nos métodos tradicionais de produção audiovisual, é uma necessidade iminente. As características próprias de cada um dos espaços virtuais, como *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*, impõem dificuldades. Tempo de duração máximo dos vídeos e orientação da imagem são dois dos elementos que variam conforme a plataforma e, muitas vezes, sofrem mudanças periódicas de configuração. O que se vislumbra é uma maior capacidade dos núcleos universitários de produção audiovisual em reconfigurar suas rotinas e atender a estas particularidades.

É nítido também que as desigualdades sociais encontradas no Brasil podem ser vistas perante a distribuição das televisões universitárias pelo território, tornando-se um tema de debate. Por exemplo, por que a região Sudeste concentra mais canais universitários nas TVs pagas, enquanto a região Norte apresenta mais canais abertos? Além disso, é possível notar mais televisões universitárias inativas nas regiões Norte e Nordeste do que em todo o restante do país. Com o andamento dessa pesquisa, essas questões serão discutidas e estudadas, de forma que seja possível compreender como a desigualdade social afeta a produção de mídia universitária.

## REFERÊNCIAS

BECKER, Beatriz. Jornalismo audiovisual de qualidade: um conceito em construção. In: BECKER, Beatriz (Org.). **Pensando e fazendo Jornalismo Audiovisual: a experiência do TJUFRJ**. Rio de Janeiro: E-papers, 2012.

BIANCO, Nélida Del; MAIA, Kamyla Faria. Aproximações das TVs Universitária vinculadas a IES do conceito de Campo Público de Televisão. In: **Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020**. Disponível na Internet em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1669-1.pdf>

BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BUCCI, Eugênio. A TV pública não faz, não deveria dizer que faz, e, pensando bem, deveria declarar abertamente que não faz entretenimento. In: MINISTÉRIO DA CULTURA. **I Fórum Nacional de TVs Públicas**. Diagnóstico do Campo Público de Televisão. Brasília, Ministério da Cultura, 2006, 112p., p.13-17.

DE CARLI, Ana Mery Sehbe; TRENTIN, Ary Nicodemos. **A TV da Universidade**. Caxias do Sul (RS): UCS, 1998.

EMERIM, Cárlica. Telejornalismo ou jornalismo para telas: a proposta de um campo de estudos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 2, p. 113-126, jan. 2018. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2017v14n2p113/35883>. Acesso em: 06 ago. 2020.

MACHADO, Arlindo. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2005.

PREVEDELLO, Carine. **Televisões universitárias público-estatais no interior do Brasil: um breve eco da pluralidade rumo à digitalização**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (PPGCom UNISINOS/RS). São Leopoldo (UNISINOS): 2013.

PREVEDELLO, Carine. TVs públicas no Brasil: uma História de resistência à margem do padrão hegemônico. **Anais do XI Encontro Regional Sudeste da Associação Brasileiras de Pesquisadores de História da Mídia (ALCAR)**. 2020. 6º Encontro Regional Sudeste.

VALENTE, Jonas Chagas Lucio. **TV Pública no Brasil: a criação da TV Brasil e sua inserção no modo de regulação setorial da televisão brasileira**. 2009. vi, 206 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação)-Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

VIZEU, A. **Telejornalismo, audiência e ética**. 2002. Disponível em: [\[http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf\]](http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf) Acesso em 03 ago.2020.