

A TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA: RECEPÇÃO E IDENTIDADE

Televisão Universitária, Recepção e Identidade: as representações culturais na televisão UNIFOR

SANTOS, Helena Cláudia Fernandes dos¹
Universidade de Fortaleza- UNIFOR, Brasil, <helenaclaudia@unifor.br>

MOREIRA, Fernando Alberto
Torres² Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro- UTAD, Portugal
<fmoreira@utad.pt>

SILVA, Adriana Helena Santos
Moreira³ Universidade de Fortaleza- UNIFOR, Brasil, <
helenaclaudia@unifor.br>

RESUMO

O presente artigo tem como proposta refletir sobre a Televisão Universitária e a representação das identidades culturais para seus públicos. Estabelece para esse estudo, em andamento, a proposta da TV Unifor, emissora da Universidade de Fortaleza, no estado do Ceará, instituída em agosto de 2005. Vislumbra-se, desse modo, averiguar como se dá a recepção da programação da emissora em seus conteúdos pelos atores sociais, considerados partícipes dessa construção. Busca-se perceber ainda, como a concepção de cultura que a grade de programação propõe repercute para a comunidade acadêmica e como essa a identifica. Definem-se como base para esse trabalho os Estudos Culturais com o intuito de iluminar as reflexões aqui pontuadas. Adota-se essa perspectiva a partir das ponderações surgidas nesse campo, de forma organizada, no dizer de Ecosteguy (2001), através do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), na Inglaterra, fundado por Richard Hoggart, estudioso da Universidade de Birmingham em 1964. Constroem-se a partir daí uma trajetória constante de leituras e articulações concretizadas posteriormente por diversos pesquisadores do tema.

Palavras - Chave: Cultura; Representações Culturais; Identidade; Televisão Universitária; Comunidade Acadêmica.

INTRODUÇÃO

Inicia-se, para o entendimento do tema em investigação, a abordagem da realidade brasileira no que se refere ao contexto histórico. A implantação da Televisão no Brasil na década de 1950 alude a uma conjuntura cultural, social, política e econômica que interfere de forma intrínseca no desenrolar de sua concepção, práticas e sustentação.

Depara-se com os modelos de Televisões públicas e comerciais projetadas. A primeira,

1 Professora do Curso de Jornalismo da UNIFOR e Diretora da TV UNIFOR, mestre e doutoranda em Ciências da Cultura da UTAD. Pesquisadora da área de TV's Universitárias. E-mail: helenaclaudia@unifor.br

2 Professor catedrático e investigador principal na UTAD. E-mail: fmoreira@utad.pt

3 Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIFOR, mestre e doutoranda em Ciências da Cultura da UTAD. Pesquisadora da área de Cultura e desenvolvimento. E-mail: adrianahelena@unifor.br

inicialmente, com interesse na valorização dos conhecimentos apreendidos pela sociedade com referência à sua cultura, modos de pensar e fazer. A segunda, por sua vez, aparece com indicadores relacionados à audiência e ao retorno financeiro. Nesse contexto, entende-se necessário conhecer o conteúdo programático das Televisões públicas brasileiras, a partir de fontes como as publicadas pelas associações do meio específico e outros espaços de averiguação validados, à época de sua implantação, com ênfase na TV Cultura, instalada em 1960. Apontam-se quais os fatores indicadores que permearam seu posicionamento a partir de vetores e ou valores culturais relevantes para construção de significados nesse meio.

Nessa trajetória, voltada à instituição de televisões brasileiras públicas, especificamente, instaura-se a Televisão Universitária, a partir da Lei do Cabo. Criada pelo governo do Brasil tem, como intuito, dar vazão às informações, pesquisas e estudos gerados na Universidade, entre outras instituições, propagadas no âmbito público e privado, com pouca visibilidade para a sociedade. Assim, as Televisões das Assembleias Legislativas, das Câmaras Municipais, das Representações Comunitárias, das Universidades públicas e particulares são exemplos das instituições contempladas. Essas emissoras priorizam, ainda agora, a produção e exibição de conteúdos educativos, tendo a cultura como princípio e objetivo.

Como dito, tais emissoras utilizam-se de canais concedidos no âmbito fechado das Televisões por cabo, salvo exceções. A partir de interesses comuns nesse aspecto, a TV Universitária, preferencialmente, difunde o saber científico que tem como nascedouro a Universidade. Essas fontes qualificadas de discursos disseminam os saberes, entre outros procedimentos, por meio das redes integradas de conteúdo utilizando-se das plataformas digitais como espaço de convergência e escoamento de informações. Outros processos são adotados nesse sentido, como parcerias realizadas com Televisões consideradas Educativas ou direcionadas a esse fim.

Nessa pesquisa, leva-se em conta, ainda que com menos vigor, mas considerando a relevância do tema, a capilaridade e abrangência desses discursos por meio das plataformas digitais, considerando-se o volume de informações ali depositadas e assimiladas, bem como outras tendências de leituras, por vezes desordenadas do conhecimento e com a mesma acessibilidade.

Remete-se, portanto, ao pensamento de Lipovetsky e Serroy (*apud* Carvalho 2011), ao apresentarem a cultura-mundo como civilização ou uma intenção de estabelecer uma ordem mundial mais humanizada. Para o fortalecimento desta civilização é destacada a constituição de uma cultura geral, transformando o que não é mais que um amontoado desordenado de informações em um conjunto de conhecimentos e de valores partilhados. Junte-se a essas iniciativas, segundo os autores, o revigoramento das universidades no que elas possuem de mais significativo para a

formação da consciência crítica, restituindo-lhe sua missão primeira e insubstituível: formar o homem.

Por esse ideário, pretende-se aludir nesse estudo à Rede Integrada de Televisão Universitária, RITU, ligada à Associação Brasileira de Televisões Universitárias, ABTU, como estrutura de circulação das noções que colaboram e incitam à flexibilidade, descentralização e acessibilidade à cultura, entre outros fatores, oriundos do ambiente acadêmico, pois se acredita que nesse espaço de fruição e compartilhamento o caráter diversificador da cultura também se evidencia. Nestes termos, o presente estudo parte da noção de que a cultura é codificada tendo em vista a diversidade, como afirma Schneider:

Cultura é um sistema de símbolos e significados. Compreende categorias ou unidades e regras sobre relações e modos de comportamento. O estado epistemológico das unidades ou “coisas” culturais não depende da sua observabilidade: mesmo fantasmas e pessoas mortas podem ser categorias culturais. (*apud* Laraia 2007: 62).

A esse respeito, Geertz (1995) considera que os símbolos e significados são partilhados pelos atores (os membros do sistema cultural) entre eles, mas não dentro deles. Para o autor, estudar cultura é estudar um código de símbolos compartilhados pelos membros dessa cultura, sendo a interpretação de um texto cultural sempre uma tarefa difícil e vagarosa.

Considerando-se os Estudos Culturais linha de estudos prioritários nessa pesquisa, Johnson (2007) discorre sobre uma grande divisão, teórica e metodológica que permeia o campo desses estudos. Para o autor existem formas de compreensão diferentes, ou seja, aqueles que insistem que as “culturas” devem ser estudadas como um todo e, *in situ*, localizadas em seu contexto maternal. Nesse sentido essas preferências são, portanto,

(...) recriações sociais-históricas de culturas ou de movimentos culturais, ou por descrições culturais etnográficas, ou por aquele tipo de escrita (por exemplo, autobiografia, história oral ou forma realista de ficção) que sejam capazes de recriar experiências socialmente localizadas (Johnson 2007: 42).

Por outro lado, o autor citado refere-se aos que enfatizam uma independência relativa ou uma autonomia efetiva das formas e dos meios subjetivos de significação:

A teoria prática é, aqui, usualmente estruturalista, mas de uma forma que privilegia a construção discursiva de situações e de sujeitos. O método preferido consiste em tratar as formas de um modo abstrato e, algumas vezes, bastante formalistas, desvelando os mecanismos pelos quais o significado é produzido na linguagem, na narrativa ou em outros tipos de sistemas de significação (Johnson 2007: 42).

Nesse aspecto, O’Sullivan (2001) propõe que a direção tomada pelos estudos culturais foi influenciada pela tentativa de descolonizar o conceito herdado e criticar sua tendência em suprimir o próprio papel de reproduzir desigualdades de classe e outras categorias. Para o autor, os estudos culturais têm desenvolvido um campo de trabalho que procura recuperar e recolocar as culturas de

grupo até então negligenciadas: “Inicialmente, isso significava dar atenção ao desenvolvimento histórico e às formas de cultura da classe trabalhadora, além de analisar as formas contemporâneas da cultura popular e da mídia” (O’Sullivan 2001:101).

Por sua vez, Sodré (1996) remete à ideia de cultura como representação ou memória coletiva da experiência histórica da democracia política – suas afirmações, suas contradições – modificadas no cenário social da modernidade tardia, em que a atitude e o comportamento democráticos se refletem organicamente em todos os campos da existência cotidiana do *socius*. Nesse caso, a tendência é converter-se em fenômeno de senso comum.

Essa transformação é, para o autor, uma mutação cultural. Aqui, cultura é o conjunto dos instrumentos de que dispõe a mediação simbólica (língua, leis, ciências, artes, mitos) para permitir ao indivíduo ou ao grupo a abordagem do real. Sendo assim, os instrumentos considerados culturais são “equipamentos” coletivos ou grupais, postos à disposição de todos. Percebe-se, portanto, que o acesso, adaptações, leituras e percepções do considerado real, resvalam e progredem numa esfera ampla e dinâmica, ela circula apartada da estagnação.

Percebeu-se oportuno mencionar, nesse contexto da percepção na circulação das informações, a ideia de deslocamento, processo pelo qual a importância ou significado de algo se desloca ou transfere-se para qualquer outra coisa, semelhante a uma transposição metafórica. Armand Mattelart e Eric Neveu (1997) sugerem que um dos fatores chave nesta orientação se refere a uma redefinição das modalidades de análise dos meios de comunicação social.

Os autores propõem que, quando validada uma mudança no início da década de 80, se firmou uma crescente atenção à recepção dos meios de comunicação social, tratando de operacionalizar modelos como o da codificação-decodificação. Neste sentido, vão se definindo novas formas de críticas dos meios de comunicação. Iniciou-se, portanto, a aplicação de pesquisas que ajustam análise de texto com pesquisa de audiência. São elaborados estudos de recepção massivos, principalmente os que dizem respeito aos programas de televisão. Para Ecosteguy (2001) todos estes estudos tratam de dar visibilidade à audiência, isto é, aos sujeitos engajados na produção dos sentidos. A autora pontua que existe um redirecionamento no que se refere aos protocolos de investigação que passam a dar atenção ampliada ao trabalho etnográfico.

A esse respeito, nas palavras de Ecosteguy (2001), considera-se a importância que a etnografia adotou nas análises de recepção, relevante nesse estudo aqui proposto, funcionando como jeito de tornar relativos os achados da tendência anterior marcada pela crítica ideológica e necessitam ser avaliados.

A ênfase na orientação de análise dos meios de comunicação de massa – a recepção – é dada mesmo em um recorte dirigido a uma Televisão Universitária considerada de menor abrangência,

pois se tem a finalidade de refletir sobre a comunicação mediática como princípio no cerne do espectro proposto pelos estudos culturais.

A partir dessas considerações e linhas de pensamento, pretende-se analisar o escopo que define a linha editorial da Televisão Unifor, a percepção da audiência universitária, a recepção, identificação e usos dos conteúdos ditos culturais, suas representações, o olhar diferenciado e debruçado sobre as variadas percepções de mundo na realidade especificada. Esses compõem os fatores propulsores dessa investigação.

Nesse sentido, a pesquisa é estruturada tendo como material de observação e avaliação dezenove programas concebidos principalmente pelos alunos de Comunicação e suas habilitações, tais como, jornalismo, cinema e publicidade, no caso especificado, bem como o aporte e orientação de um grupo de professores orientadores de várias áreas do conhecimento, em contributo a essas práticas. Em jeito de informação complementar, a TV Unifor exhibe diariamente num período de 24 horas programas de temas diferenciados, como saúde, esporte, meio ambiente, artes plásticas, música, informativos, documentários, entre outros.

Os impactos desses interesses incluem análises, pesquisas, estudos no meio acadêmico, entre outros espaços de reflexão. Desde seu surgimento a televisão, para alguns teóricos, aparece como um meio de entretenimento sem valor, desprovida de conteúdos que incitasse reflexões, portanto, rasa, superficial. Aos poucos, a partir do próprio meio universitário, ela toma espaço e fôlego. Os estudos sobre a televisão se destacam nas pautas acadêmicas. Uma nova obliquidade é tratada pelos estudiosos ao perceberem, acredita-se, a televisão, ela mesma, como fator transformador de comportamentos, de compartilhamentos, percepções, modo de ver o mundo já globalizado.

A televisão torna-se um produto cultural que dialoga com a sociedade, repercute, replica, inicia processos valorativos impingindo conteúdos robustos. Ela se manifesta de forma a propagar por meio de seus conteúdos, a cultura de outros sítios, dando assim visibilidade a diferentes formas de pensar, significar e representar seus traços.

Busca-se apresentar a TV Universitária como um modelo de fazer audiovisual crescido no interior das Universidades, como se desenvolve, a partir de incentivos do governo brasileiro e reconhecimento da própria academia e ainda, como a Universidade se apropria dos conteúdos ali gerados com repercussão nos seus pilares de sustentação: ensino, pesquisa e extensão.

Há a intenção de iluminar os arcabouços culturais ali constituídos resultando como na abordagem de como o público universitário se identifica com o conteúdo exposto na grade de programação da emissora universitária da Unifor. Pretende-se, desse modo, compreender qual a visão de cultura que espelha essa audiência, e se há um consenso sobre o que cultura, nessas circunstâncias, significa.

Para tanto, fez-se necessária à análise da recepção e percepções que os universitários, professores e funcionários da Universidade de Fortaleza, de acordo com o recorte pretendido, apreendem das representações inseridas na programação oferecida. Indaga-se se essas representações são diferenciadas por se darem em um contexto acadêmico. Esse argumento se incorpora à necessidade de traçar uma metodologia científica aferindo crédito a presente pesquisa.

A análise deste recorte faz referência à lista de produtos culturais (programação), seus bens simbólicos e suas representações, considerando-se como potenciais receptores os 25 mil alunos da Universidade de Fortaleza, mais funcionários e professores que compõem esse coletivo. Considera-se o público referido, pois se trata da audiência mensurável, já que a Televisão Universitária é exibida, preferencialmente, nos canais a cabo que não realizam pesquisa dessa natureza e sua acessibilidade ainda é limitada. Neste ponto, apresenta-se a grade de programas oferecida pela TV Unifor. Analisa-se aqui a estrutura de conteúdo supostamente cultural do material audiovisual ali depositado. Buscou-se, em consequência, a compreensão da recepção da audiência delimitada no que diz respeito ao impacto e relevância que os conteúdos disponibilizados conduzem.

É nesse contexto que se passa a identificar as principais correntes e/ou modelos teórico-metodológicos apresentados por pesquisadores latino-americanos como Barbero, Canclinni, Orozco, Rubim, Ecosteguy, Barbalho e alguns europeus, como Jensen e Rosengren, Ang e Hall. Outros autores trouxeram luz a esta pesquisa, obviamente pelas contribuições fundamentais nas especificidades colocadas, como se verá no decorrer desse estudo, com o intuito de levar às formas de compreensão do Mesmo e do Outro, das identidades, alteridades e complexidades, no exame das representações, no compartilhamento de conteúdos por meio da Televisão Universitária que fundamentam as interações entre cultura e comunicação, recepção, representação, identidade.

Para as conclusões, avaliando o estudo de caso eleito, se elege um processo caracterizado por uma análise profunda, entrevistas e pesquisa empírica detalhada. Busca-se coletar informações que sugere conexões gerais entre o material coletado e questões mais amplas, gerando material ilustrativo e comparativo. Os estudos de casos almejam, por vezes, integrar uma variedade de perspectivas e preocupações, apresentam um ponto de vista particular. No caso aqui pesquisado, questionários específicos serão aplicados com a proposição de recolhas para identificação dos conteúdos compartilhados e como estes são recebidos, utilizados, interpretados pelo público eleito para dar suporte a essa investigação. Grupos focais serão propostos nesse processo. As devolutivas aplicadas por meio desses instrumentos avaliativos daram fundamento à hipótese prevista na pesquisa em questão. O cruzamento das informações adquiridas por meio da análise aplicada segundo o método definido repercute substancialmente nas discussões propostas no trabalho apresentado.

Por esses caminhos pode-se compreender que essas práticas culturais instituem os filtros, as mediações, que intervêm em todo procedimento comunicacional, fundamentando-o. Trata-se de um processo demorado e contínuo que não pode ser medido apenas pela quantidade. Incluem-se aqui as indentificações, tema a ser discutido no decorrer desse estudo.

Barbero atesta que as mediações são:

Esse lugar a partir do qual é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que se produz na televisão não atende unicamente as necessidades do sistema industrial e às estratégias comerciais, mas também as exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver. Estamos afirmando que a televisão não funciona sem assumir – e, ao assumir, legitimar – as demandas que vêm dos grupos receptores; mas por sua vez, não pode legitimar essas demandas sem resignificá-las em função do discurso social hegemônico, (Barbero. 1992. p: 20).

Com esses conceitos, reafirma-se que os receptores tornam-se partícipes dessa construção, pois farão as releituras, resignificando os trajetos já estabelecidos, criando alicerces que poderão resultar em reapropriações culturais. Portanto, os estudos da recepção são importantes para a investigação dos processos legítimos que derivam da intercessão dos encontros dos discursos dos meios de comunicação adaptados (em transição) ou incorporados em permanência pelos sujeitos-receptores mergulhados em seus aprendizados culturais. As características sócio-culturais dos receptores são para Beccega (1998) os pontos de inquietação dos estudos de recepção. Ali estão expostos os focos que se deslocam para as práticas sociais e culturais abrangentes, posto que estejam associados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABTU. *Conheça ABTU*. <http://www.abtu.org.br/easysitev2/index.php> (consultado em 25 novembro de 2010).

Ballog, Ana Maria (2002): *Mídia, cultura e comunicação*. Vol.1.São Paulo. Arte e Ciência.

Barbero, Jesus Martin (1988): *De los Medios a las Mediaciones- Comunicacion, Cultura e Hegemonia*. México: Gustavo Gili.

_____(2006): *Ofício de cartógrafo: Travessias latino – americanas da comunicação na cultura*. In: Bastos, Elizabeth e Castro, Maria (orgs), *Televisão: entre o mercado e a academia*. Porto Alegre: Sulina.

_____(2013): *Manual do jornalismo para rádio, TV e novas mídias*. Rio de Janeiro. Alsevier.

Bastos, A. *Federação pode reunir TVs Públicas, avalia representante das emissoras Universitárias*. Internet. Disponível em www.agenciabrasil.gov.br (consultado em 09 de outubro de 2015).

Bolão, César Ricardo Siqueira (2007): *A televisão brasileira na era digital: exclusão, esfera*

pública e movimentos estruturantes. São Paulo: Paullus.

Baudrillard, Jean (1991, 2004): *Simulacros e Simulação*. Lisboa: Relógio d água. São Paulo: Loyola.

_____(1995): *A Sociedade do consumo*. Lisboa: Edições 70.

Bourdieu, Pierre (1989): *O Poder Simbólico*. Lisboa:

Bertrand.

Brasil. Ministério da Ciência e Tecnologia. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. Museu de Astronomia e Ciências Afins (1987): *O quê o brasileiro pensa da Ciência e Tecnologia – A imagem da Ciência e da Tecnologia junto à população urbana brasileira*. Rio de Janeiro: MAST.

Bucci, Eugênio (org) (2000): *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Gramsci e a América Latina. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Carmona, Beth et al. (2003): *O desafio da TV pública: uma reflexão sobre sustentabilidade e qualidade*. Rio de Janeiro: ACERP/TVE Rede Brasil.

Carvalho, Gilmar de (1985): *25 anos de TV no Ceará: Memória Viva*. Fortaleza.

Castells, M. A (2005): *A Sociedade em Rede*. vol.1 8º ed. São Paulo: Paz e Terra.

Castro, Mônica e Cotinho, Ricardo (2008): “Televisão Universitária como ambiente de aprendizagem.” In: *Ciências Humanas e Sociais*, Seropédica, RJ, EDUR, v 30, n. 2, jul- p.6)

Chauí, Marilena (2001): *Escritos sobre a universidade*. São Paulo: Unesp.

Chomsky, N. (2003): *Controle da mídia: os espetaculares feitos da propaganda*. Rio de Janeiro. Graphia.

Certau, de Michel (1995): *A cultura no plural*. São Paulo. Papirus.

Cifuentes, Diego P. (2002): *Televisão pública na América Latina: crises e oportunidades*. In: Rincon, O. (org), *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG.

Correia, Ovídio Valois (2000): *A extensão Universitária no Brasil: um resgate histórico*. Organizado por Marta Vieira Cruz e Maria Elisa da Cruz. Sergipe: UFS.

Curvello, João José Azevedo (2012): *Comunicação interna e cultura organizacional*, 2 ed.. Brasília. Casa das Musas.

De Carly, A. M. S. e Trentin, A. N. (1998): *A TV da Universidade*. Caxias do Sul: UCS. Internet. Disponível em <http://abtu.org.br> (consultado em 8 de maio de 2014).

Deak, André. *Nova prosa para novas mídias*. Internet. Disponível em www.fndc.org.br (consultado em 14 de abril de 2015).

Chartier, Roger (1988). *A História Cultural: Entre práticas e representações. Memória e*

sociedade. Lisboa: Difusão Editora.

Debrod, Guy (2003): *A sociedade do espetáculo*. São Paulo: Ebooksbrasil.

Escosteguy, Ana; Jacks, Nilda (2007): *Razon e Palabra*. México: Enstituto Tecnológico y Estudios Superiores de Monterrey.

_____ (2001): *Cartografias dos estudos culturais: uma aversão latino-americana*. Belo Horizonte. Autêntica Editora Ltda.

Fernández, V. F. (2002): “Por uma televisão pública para a América Latina”. In: Rincon, O. (org), *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG.

Ferrareto, Luiz Artur (2000): *Rádio, o veículo, a história e a técnica*. Porto Alegre: Sagra Luzzato.

Ginzburg, C. (1992): *O queijo e os vermes*. São Paulo: Companhia das Letras.

Goes, J. D. C. (2013): *A Produção de programas de Jornalismo em TVs Universitárias*. Dissertação de Mestrado. UFSC.

Goldenberg, Mirian (2003): *A Arte de Pesquisar*. 7ª ed. São Paulo: Record.

Hall, S. (2015): *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Lamparina.

Hamburger, Esther e Bucci, Eugênio (org) (2000): *A TV aos 50. Criticando a televisão no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Hernandez, Nilton (2006): *A mídia e seus truques*. São Paulo. Contexto.

Jenkins, H. A. (2008): *A Cultura da Convergência*. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph.

Johnson, TT da Silva (2000): *O que é, afinal, estudos culturais*. Belo Horizonte: Autentica editor.

Jucá, Gisafran (2000): “Fortaleza: cultura e lazer. In: Souza, Simone (org), *Uma Nova História do Ceará*. Fortaleza: Edições Demócrito Rocha.

Kellner, Douglas (2001): *A Cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. São Paulo: EDUSC.

Kerckove, D (1997): *A pele da cultura*. Lisboa: PT.

Laboratório Integrado de Marketing e Cultura (2005): *Políticas de comunicação corporativa*. São Paulo: COM-ARTE.

Laraia, R. B. (2008): *Cultura: um conceito antropológico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

Lima, F. (2000): *Nossas Câmeras São os Seus Olhos*. In: Lima, F., Priolli, G., Leal Filho, Laurindo. *A TV Pública*. In: Bucci, Eugênio (org), *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

_____ (1997): *A melhor TV do mundo*. São Paulo: Summus.

- _____ (2006): “Com o pé na Universidade”. In: *A TV sob controle: a resposta da sociedade ao poder da televisão*. São Paulo: Summus.
- Lipovetsky, J Serroy (2010): *La cultura-mundo, respostas a uma sociedade desorientada*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Leal, Fabiana Hundertmarck, Araujo, Paulo Roberto de Oliveira: *Ciência pública: as possibilidades da democratização do conhecimento através da entrevista radiojornalística*. Internet. Disponível em www.intercom.br (consultado em 20 de setembro de 2014).
- Lemos, André: *Cibercultura, cultura e identidade. Em direção a uma “cultura copyleft”*. Internet. Disponível em [http:// dx.doi.org](http://dx.doi.org). (consultado em 6 de dezembro de 2016).
- Leach, Edmund (1978): *Cultura e comunicação: a lógica pela qual os símbolos estão ligados*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Laville, Christian (1999): *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Lévy, Pierre (1999): *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34 Ltda.
- Lopes, Dirceu F. (1989): *Jornal – laboratório*. São Paulo: Summus.
- Lopes, Maria Immacolata V. (2001); *Pesquisa em Comunicação*. 6ª ed. São Paulo: Loyola.
- Macedo, Eliana Frantz de. *O espaço para a divulgação científica no Brasil*. Internet. Disponível em <http://www.jornalismocientifico.com.br/artigojorcientificoElianaFrantzMacedo.htm> (consultado em 22 de outubro de 2015).
- Machado, Arlindo (1985): *Televisão & Vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- _____ (2001): *A televisão levada a sério*. 2ª Ed. São Paulo: Editora Senac.
- Magalhães, Cláudio (2002): *Manual para uma TV Universitária*. Belo Horizonte: Autêntica.
- Martín-Barbero, Jesús (2001): *Os exercícios do ver*. São Paulo: Senac.
- _____ (2002): “Televisão pública, televisão cultural: entre a renovação e a invenção”. In: Rincon, O. (org), *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG.
- _____ (2004): *Ofício de cartógrafo. Travessias latino – americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.
- Mazziotti, Nora (2002): “Narrativa: os gêneros na televisão pública”. In: Rincon, O. (org), *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG
- Medeiros, Ana Lúcia (2006): *Sotaques na TV*. São Paulo: Annablume.
- Miranda, J. (1997): *Ética, política e comunicação nas representações do homem ordinário*. VIII Encontro de Ciências Sociais do Norte/Nordeste, Fortaleza.

- Moraes, Wilma. *Científica: Divulgação Público especializado ou público segmentado?* Internet. Disponível em <http://www.facom.ufjf.br/lumina/R2-Wilma-HP.doc> (consultado em 12 de outubro 2015).
- Morais, Lúcia. *TV Universitária: uma proposta educativa*. Internet. Disponível em: <http://www.repweb.com.br/novo/materia.php> (consultado em 2º de setembro de 2014).
- No estranho planeta dos seres audiovisuais* (2009): Produção e Direção: Cao Hamburger. Caos Conteúdo/Canal Futura. Brasil – Rio de Janeiro. Coletânea. Duração 25.
- Morin, Edgar (1999): *A cabeça bem – feita: repensar a reforma, repensar o pensamento*. 5ª edição. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, Ltda.
- Nunes, L., Thurler, L. *Políticos na radiodifusão: Conflito de interesses no Congresso Nacional*. Observatório de Imprensa, publicado em 22 de julho de 2008. Internet. Disponível em www.observatoriodaimprensa.com.br (consultado em 10 de setembro 2014).
- Otondo, T. M. (2002): “TV CULTURA: A diferença que importa”. In: Rincon, O. (org), *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG.
- O'Sullivan, Tim (20019). *Conceitos-chave em estudos de comunicação e cultura*. Piracicaba: Editora UNIMEP, 2001.
- Paiva, Raquel (2004): “Conteúdos também precisam ser inovadores”. In: *Remoto Controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes*. São Paulo: Cortez.
- Paviani, J. (1998): “Perfil de uma TV Universitária: Importância e características”. In De Carly, A. M. S e Trentin, A. N. *A TV da Universidade*. Caxias do Sul: UCS. Internet. Disponível em <http://abtu.org.br> (consultado em 10 de setembro de 2014).
- Pereira Jr., Luiz Costa (org) (2002): *A vida com a TV: o poder da televisão no cotidiano*. São Paulo: Senac.
- Pereira, Rosane de B. (2006): “As estratégias de divulgação científica”. In: Sousa, Cidoval *et al* (orgs), *Jornalismo Científico e Educação para as Ciências*. Taubaté: Cabral.
- Pinto, Milton José (2002): *Comunicação e discurso: Introdução a análise de discursos*. São Paulo: Hacker Editores.
- Prazeres, Michele. *Eleições revelam influência do governar*. In: *Governo estadual sabe como influir nas eleições*. Internet. Disponível em www.intervozes.org.br (consultado em 18 de setembro 2015).
- Priolli, Gabriel (1985): “A Tela Pequena no Brasil Grande”. In: Lima, F., Priolli, G., Machado, A. *Televisão & Vídeo*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- Priolli, Gabriel (2000): “Antenas da Brasilidade”. In: Bucci, Eugênio (org), *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- _____. *Diretrizes e características de programação: Integração com a comunidade*. Internet.

Disponível em www.abtu.org.br (consultado em 1 de dezembro de 2014).

Priolli, Gabriel. *Televisão Universitária: TV Educativa em Terceiro Grau*. Internet. Disponível em <http://www.abtu.org.br> (consultado em 1 de dezembro de 2010).

Quivy, R. Campenhoudt (1992): *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva-Publicações Ltda.

Ramalho, Alzimar R. (2003): *A TV universitária como instrumento de ensino, pesquisa e extensão*. Monografia de especialização. Londrina: Universidade Norte do Paraná.

_____. (2005): *A TV universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV FEMA em Assis (SP)*. Dissertação de mestrado. Marília: Universidade de Marília.

_____. (2007): *Entre Universidade e Sociedade, há espaço para a televisão?* Relatório de qualificação para obtenção do título de doutora em Ciências da Comunicação. USP.

Ramos, Murilo e Santos, Suzy (orgs) (2007): *Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas*. São Paulo: Paulus.

Rey, Germán (2002). “O cenário móvel da televisão pública: Alguns elementos do contexto. In: Rincon, Omar (org) (2002): *Televisão Pública: do consumidor ao cidadão*. São Paulo: SSRG.

Rubim, A. C. Ramos, N. (orgs). (2008): *Estudos da Cultura no Brasil e em Portugal*. Salvador: EDUFBA.

Sandré, Muniz (1996): *Reiventando a cultura: a comunicação e seus produtos*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Sartori, Giovanni (2001): *Homo Videns: televisão e pós – pensamento*. São Paulo: EDUSC.

Saviani, Demerval (1991): *Ensino público e algumas falas sobre universidade*. 5ª ed. São Paulo: Cortez.

Senna, Orlando. *Televisão pública e televisão estatal*. Internet. Disponível em www.usp.br/tv (consultado em 1 de agosto de 2008).

Silverstone, Roger (2002): *Por que estudar a mídia?* São Paulo: Edições Loyola.

Simões, Inimá (2000): “Nunca fui santa: (episódios de censura e autocensura)”. In: Bucci, Eugênio (org), *A TV aos 50: criticando a televisão brasileira no seu cinquentenário*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.

Soares, I. *Trabalho colaborativo e novos meios de construção do conhecimento: uma proposta educacional*. Internet. Disponível em www.usp.br/nce (consultado em 1 de agosto de 2008).

Sodré, Muniz (2009): *Antropologia do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis: Vozes.

- Thiollent, M. (1988): *Metodologia da Pesquisa Ação*. São Paulo: Cortez.
- Thompson, John B. (1995): *Ideologia e Cultura Moderna*. Petrópolis: Jucá, Gisafran.
- Vilalba, Rodrigo (2006): *Teoria da Comunicação: conceitos básicos*. São Paulo: Ática.
- Vilhena, Andréa M. G. (2006): “Democratizar o acesso ao conhecimento e aos seus benefícios para promover a inclusão social”. In: Sousa et al. (orgs), *Jornalismo Científico e Educação para as Ciências*. Taubaté: Cabral.
- Vivarta, Veet (org) (2004): *Remoto Controle: linguagem, conteúdo e participação nos programas de televisão para adolescentes*. São Paulo: Cortez.
- Vizeu, Alfredo, Edna Melo, Flávio Porcello, Iluska Coutinho (2014): *Telejornalismo em questão: Coleção jornalismo audiovisual*. Florianópolis: Insular.
- Yi, Robert K. (2005): *Estudo de caso: planejamento e métodos*. Porto Alegre: Bookman.
- Williams, Raymond (1992): *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Wolton, Dominique (1996): *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*. São Paulo: Ática.
- Whhite A. Robert (2002): *Recepção: A Abordagem dos Estudos Culturais*. São Paulo: Comunicação e Educação.