

TV universitária na encruzilhada digital: desafios da mídia pública nas plataformas digitais

Mariana Campelo Borges

(Universidade de Brasília)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-4285-7916>

(b.maricampelo@gmail.com)

Mariana Campelo Borges: Possui graduação em Tecnologia de Produção Audiovisual (2013) e especialização em Comunicação e Mídia (2017). Desde 2016, atua como produtora audiovisual na Universidade de Brasília, no Núcleo de Articulação, Produção e Aquisição de Conteúdos da Coordenação de Programação da UnBTV. Tem experiência em artes do vídeo, com foco em cinema, televisão e curadoria audiovisual.

Submissão: 19/07/2025

Aceitação: 11/ 05/ 2026

TV universitária na encruzilhada digital: desafios da mídia pública nas plataformas digitais

Resumo: Este artigo analisa as implicações da plataformização para a mídia pública brasileira, com ênfase nas TV universitárias. Com base em uma revisão bibliográfica, discute-se de que forma as lógicas de mercado das plataformas digitais desafiam os princípios da mídia pública, a autonomia midiática e a soberania digital. Argumenta-se que, embora as plataformas ampliem o alcance e a interação, elas impõem desafios à sustentabilidade, visibilidade e compromisso democrático dessas emissoras, especialmente diante da predominância da lógica algorítmica. O estudo destaca a necessidade de inovação, estratégias de adaptação e fortalecimento da missão pública das TV universitárias para enfrentar as lógicas das plataformas digitais e garantir o direito à informação e à cidadania.

Palavras-chave: Plataformização; Mídia pública; TV universitária; Visibilidade algorítmica.

University television at the digital crossroads: public media challenges on digital platforms

Abstract: This article analyzes the implications of platformization for Brazilian public media, with an emphasis on university television. Based on a bibliographical review, the paper discusses how the market logics inherent in digital platforms challenge the principles of public media, media autonomy, and digital sovereignty. It is argued that, while digital platforms expand reach and interaction, they also pose challenges to the sustainability, visibility, and democratic role of these broadcasters, especially under the growing influence of algorithmic logic. The study highlights the need for innovation, adaptive strategies, and the strengthening of the public mission of university TVs to successfully engage with platform dynamics and ensure the right to information and citizenship.

Keywords: Platformization; Public media; University television; Algorithmic visibility.

Introdução

A comunicação contemporânea é mediada predominantemente por plataformas digitais, que se firmaram como infraestruturas centrais para a circulação e o consumo de informações, redefinindo as dinâmicas da esfera pública e impondo novos paradigmas para instituições como a mídia pública. Debruçando-se sobre o caso do Brasil, este artigo enfoca as TV universitárias, emissoras públicas ligadas a universidades e entidades estatais, responsáveis por extensão acadêmica, formação profissional e difusão do conhecimento, atividades constitutivas da mídia pública no país. Entretanto, a crescente dependência das plataformas digitais suscita questionamentos sobre a capacidade dessa mídia de sustentar sua missão em um cenário digital orientado por interesses comerciais e lógicas algorítmicas.

Segundo Van Dijck, Poell e De Waal (2018), a plataformização transforma os modos de produção, circulação e visibilidade de conteúdos midiáticos e, no caso das TV universitárias, gera desafios à autonomia editorial frente a plataformas dominadas por interesses comerciais e algoritmos opacos. Estudos como o da TV UFES ilustram que, apesar das dificuldades, é possível articular a missão educativa e extensionista com as novas tecnologias, ampliando o alcance e a participação social (Taschetto & Ghisleni, 2023). Ainda assim, torna-se fundamental analisar de que forma tais transformações impactam a sustentabilidade, a visibilidade e o compromisso democrático dessas emissoras.

Diante desse contexto, este artigo investiga: como a plataformização, impulsionada por dinâmicas de capitalismo de plataforma e vigilância, está redefinindo o papel e as operações da mídia pública brasileira? Quais os principais desafios teóricos e práticos decorrentes dessa interação para a comunicação democrática e a sustentabilidade das TV universitárias?

O objetivo é analisar as implicações da plataformização para a mídia pública, destacando as tensões e barreiras à comunicação democrática e à sustentabilidade das TV universitárias. Para tanto, discutem-se os conceitos de plataformização no contexto do capitalismo de vigilância; o papel e os princípios da radiodifusão pública no Brasil, conforme estão preconizados pela Lei 11.652/2008 e defendidos pelas diretrizes de governança do setor (Associação Brasileira de Comunicação Pública [ABCPública], 2021); as tensões

advindas da visibilidade algorítmica sobre a autonomia midiática; e os desafios de sustentabilidade enfrentados na era das plataformas, propondo caminhos para a preservação da relevância e da missão dessas emissoras.

O estudo destaca a urgência de uma discussão teórica aprofundada sobre os impactos das novas infraestruturas digitais sobre a mídia pública — pilar fundamental da democracia e, diferentemente dos veículos comerciais, marcada por compromissos com o interesse público e a pluralidade de vozes. Ao integrar o debate sobre plataformização ao campo da radiodifusão pública no Brasil — com especial atenção à dimensão ainda pouco explorada das TV universitárias —, busca-se contribuir para a compreensão dos dilemas e das estratégias de adaptação requeridas por essas instituições.

O texto está organizado da seguinte forma: após a introdução, apresenta-se a metodologia, baseada em abordagem fundamentada em revisão bibliográfica; segue-se o arcabouço teórico, com a articulação dos conceitos-chave aplicados à realidade das TV universitárias; e, por fim, formulam-se as considerações finais, que sintetizam os argumentos e apontam direções para futuras pesquisas.

1. Metodologia

Este artigo adota uma abordagem metodológica de pesquisa bibliográfica, para investigar fundamentos, processos e relações sociais a partir da análise da produção científica existente, sem recorrer a coleta de dados primários (Duarte & Barros, 2006). A seleção de materiais privilegiou publicações do período entre 2015 e 2025. A opção pela pesquisa bibliográfica justifica-se pela necessidade de consolidar um diagnóstico teórico diante da rápida evolução das plataformas, permitindo articular o estado da arte do capitalismo de plataforma com a realidade específica das emissoras universitárias brasileiras de referência nos campos da Comunicação, Economia Política da Mídia e Estudos de Mídia Digital.

O objetivo central foi construir um arcabouço teórico capaz de integrar diferentes perspectivas sobre plataformização, capitalismo de plataforma, capitalismo de vigilância e seus impactos na mídia pública brasileira, com ênfase nas TV universitárias. A seleção dos autores considerou aqueles fundamentais e contemporâneos para o campo, tais como Lessig (1999), Srnicek (2017), Van Dijck, Poell e De Waal (2018), Zuboff (2019), entre

outros, bem como pesquisas recentes sobre o contexto nacional — destacando trabalhos publicados na Revista ABTU — que conectam teoria e prática local.

A análise dos materiais envolveu leitura crítica, comparação e diálogo entre perspectivas teóricas, permitindo a síntese e articulação dos principais conceitos e tensões do fenômeno estudado. Ressalte-se que não houve coleta de dados empíricos; este trabalho propõe-se como base teórica para futuras investigações qualitativas ou quantitativas com profissionais e gestores de TV universitárias.

2. Arcabouço teórico

As TV universitárias brasileiras, enquanto veículos públicos de comunicação com missão educativa, extensionista e cultural, enfrentam crescente pressão para adaptar sua atuação às condições impostas pela plataformização e pelo novo regime tecnológico-informacional. A seguir, discutem-se os principais conceitos que estruturam esse cenário, com ênfase em como tais dinâmicas incidem sobre essas instituições.

2.1.A sociedade da plataforma e a reconfiguração da mídia

A plataformização é o processo pelo qual serviços digitais, por meio de arquiteturas e algoritmos próprios — conjuntos de regras computacionais otimizadas para maximizar engajamento e receita (Van Dijck et al., 2018) —, passam a mediar e influenciar os fluxos de informação em múltiplos domínios sociais, inclusive na mídia (Helmond, 2015). Esse fenômeno reconfigura a produção, circulação e visibilidade dos conteúdos, impactando diretamente instituições tradicionais de radiodifusão pública que têm a missão de extensão, educação e difusão do conhecimento. Essas instituições enfrentam o desafio de adaptar suas estratégias de produção e engajamento para dialogar com novas formas de consumo, sem perder de vista seu compromisso público.

No âmbito da mídia pública, a mediação das plataformas impõe desafios à autonomia editorial, sustentabilidade e soberania digital — entendida aqui como a capacidade de controlar dados e operar com independência frente às grandes plataformas digitais (Grohmann et al., 2024; Lemos et al., 2024). Para cumprir essa soberania, é imprescindível o desenvolvimento de modelos próprios de gestão de dados e presença digital, reduzindo dependências e fortalecendo a capacidade decisória dessas instituições.

Além disso, conforme destaca Lessig (1999), o código digital regula e molda o ambiente social, podendo limitar a liberdade editorial. Portanto, é fundamental compreender e analisar criticamente essas regulações técnicas para garantir o futuro da mídia pública. Enfrentam-se, assim, pressões para adequar suas estratégias a critérios externos, o que pode comprometer sua missão pública. O desafio central é construir alternativas digitais que ampliem alcance e inovação, preservando o interesse público e a autonomia editorial — e mantendo o papel estratégico dessas instituições no cenário digital contemporâneo.

Portanto, essas instituições continuam sob pressão para adaptar suas estratégias a critérios externos que podem ameaçar sua missão pública. O desafio maior é desenvolver alternativas digitais que ampliem alcance e inovação sem subordinar o interesse público às dinâmicas meramente mercadológicas. Equilibrar presença digital e autonomia editorial é, assim, fundamental para preservar seu papel estratégico na mídia pública contemporânea.

2.2. Capitalismo de vigilância e o poder das plataformas

A sociedade da plataforma descreve um contexto sociotécnico no qual a maior parte das interações e fluxos econômicos é mediada por plataformas digitais corporativas, baseadas em algoritmos e centradas no processamento de dados (Van Dijck et al., 2018). Algoritmos são conjuntos de regras computacionais que determinam quais conteúdos são exibidos aos usuários nessas plataformas, geralmente otimizados para maximizar engajamento e receita. Essas plataformas passaram a não só mediar transações, mas também regular comportamentos, influenciar decisões políticas e redefinir valores sociais e públicos. Isso exige que os veículos públicos digitais enfrentem um sistema onde a lógica algorítmica e as infraestruturas proprietárias das *big techs* condicionam sua presença, relevância e alcance.

Pessoas e organizações convivem com o capitalismo de plataforma, modelo econômico caracterizado pela centralização de dados, poder e serviços em grandes corporações digitais, como Google, Facebook e Amazon, que impõem lógicas de visibilidade e monetização baseadas em engajamento e perfilagem de usuários (Srnicek, 2017). Essas práticas frequentemente conflitam com ideais de transparência, interesse público e promoção da cidadania, que fundamentam a mídia pública. Assim, pautas educativas e culturais acabam tendo visibilidade restrita em ambientes dominados por algoritmos orientados ao entretenimento e consumo.

Adicionalmente, o capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019) destaca a extração e comercialização contínua de dados comportamentais, convertidos em produtos para prever e influenciar futuros comportamentos. Nesse cenário, audiências e dados tornam-se ativos comerciais, dificultando o controle sobre a relação entre público e emissoras.

Plataformas como YouTube e Instagram ampliam o potencial de difusão de conteúdos públicos, mas impõem critérios de circulação atrelados a estratégias de engajamento e monetização, nem sempre alinhados à missão institucional desses veículos (Custódio & Machado Filho, 2024). Essa situação cria uma tensão constante entre ampliar o alcance e preservar autonomia editorial, sustentabilidade institucional e compromisso democrático. Em 2025, o YouTube permanece como o segundo maior ambiente social digital mundial, com 144 milhões de usuários no Brasil (Datareportal, 2025a, 2025b), consolidando-se como espaço fundamental para a visibilidade midiática, porém, também concentrador do debate sobre dependência tecnológica e visibilidade algorítmica.

Diante desse cenário, torna-se fundamental compreender como as TV universitárias podem preservar sua missão pública em meio às pressões do ambiente plataformizado. Se, por um lado, as plataformas ampliam o alcance e o engajamento desses veículos, por outro, impõem desafios relevantes à autonomia editorial e à sustentabilidade institucional.

2.3. Mídia pública no contexto brasileiro

A comunicação pública fundamenta-se em princípios como pluralidade de vozes, diversidade de conteúdos, universalidade do acesso e não mercantilização da informação, buscando promover o interesse coletivo e fortalecer a cidadania (ABC Pública, 2021). Esses pilares são essenciais para garantir que as TV universitárias mantenham seu compromisso com valores democráticos, mesmo em ambientes digitais cada vez mais competitivos.

A literatura reconhece três paradigmas na evolução da mídia pública: o monopólio paternalista, a competição de mercado e, desde 2004, a era das plataformas digitais, marcada pela ascensão do público como produtor ativo de conteúdo (Bonini & Baldini, 2021). Essa transformação demanda das TV universitárias adaptação permanente às novas dinâmicas digitais, sem prejuízo de sua função social, educativa e extensionista. No cotidiano das TV universitárias, tal desafio implica equilibrar inovação tecnológica e engajamento sem perder de vista o caráter público e a missão original de democratizar o conhecimento.

No contexto brasileiro, essas emissoras têm papel central na pluralização da esfera pública, diferenciando-se da mídia privada ao priorizar educação, cultura e cidadania. Esse compromisso institucional reforça a relevância das TV universitárias na construção de um espaço midiático mais justo e representativo.

Mais do que instrumentos de difusão, as TV universitárias são reconhecidas por seu papel na promoção do debate público, disseminação do conhecimento científico e formação da criticidade da audiência diante da desinformação (Pompeu, 2023; Taschetto & Ghisleni, 2023). Assim, ao investirem em educação midiática e divulgação científica, essas emissoras contribuem para um ambiente informacional mais qualificado e democrático.

Integradas ao “campo público” (Habermas, 1989), exercem função estratégica como laboratórios de formação profissional e produção acadêmica (Magalhães & Deus, 2023). A forte ligação institucional com universidades garante credibilidade e amplia o potencial de participação social, embora também gira em dependências estruturais e orçamentárias.

Apesar das limitações de autonomia — resultantes de fatores políticos, institucionais e financeiros — as TV universitárias buscam agendas inovadoras e representativas, fortalecendo o direito à informação e a formação cidadã (Brasil, 2011; Mendel, 2011). Entretanto, a plataformização acarreta novos riscos: algoritmos de plataformas comerciais impõem critérios que podem limitar a diversidade e a profundidade dos conteúdos, além de transferirem parte do controle editorial para atores privados externos. Na prática, esse cenário desafia as TV universitárias a resistirem à homogeneização e ao imediatismo em prol de uma comunicação pautada pelo interesse público.

O relatório de Peixoto e Priolli (2004) destaca o potencial estratégico das TV universitárias na América Latina, frisando seu vínculo com a produção de cultura, ciência e informação acadêmica. Entretanto, aponta desafios históricos, como recursos escassos, baixa profissionalização, limitações legais e dependência de financiamento institucional. Estas questões ainda marcam o cotidiano das TV universitárias brasileiras, exigindo iniciativas de profissionalização, criação de redes colaborativas, flexibilização legal e maior protagonismo no debate sobre políticas públicas de comunicação.

A literatura (Maia & Del Bianco, 2022) observa que essas emissoras possuem natureza híbrida, muitas vezes mais institucional do que eminentemente pública. Essa condição é agravada pela migração digital, que intensifica a dependência tecnológica e a pressão por

formatos e pautas alinhados ao universo das plataformas (Prevedello et al., 2025; Xavier, 2025; Valente, 2020). Assim, o desafio contemporâneo reside em preservar a autonomia editorial e o compromisso social diante de pressões por adaptação mercadológica e limitação de recursos.

A plataformização aprofunda dependências e introduz novas vulnerabilidades: algoritmos priorizam conteúdos de entretenimento, dificultando a circulação de produções educativas e científicas (Van Dijck et al., 2018; Bucher, 2018). Controle externo sobre moderação e monetização pode provocar remoção de conteúdos relevantes ou desmonetização arbitrária, além de enfraquecer a soberania digital dessas emissoras (Paniagua, 2022; Grohmann et al., 2024; Xavier, 2025). Portanto, construir políticas públicas robustas de financiamento, garantir regulamentação favorável e ativar redes colaborativas são condições imprescindíveis ao futuro desse segmento.

Ao final, a sustentabilidade das TV universitárias depende do fortalecimento de sua natureza pública, da busca ativa por inovações editoriais e da autonomia frente à plataformização. Somente dessa forma elas poderão cumprir, de modo ampliado, seu papel estratégico na promoção da cidadania, do pluralismo e da democratização da comunicação no Brasil.

2.3.1. Princípios da mídia pública e sua presença nas TV universitárias

Os princípios da comunicação pública se baseiam em transparência, participação, pluralidade, ética e universalidade (ABC Pública, 2021; Mendel, 2011). Tais fundamentos orientam o compromisso das TV universitárias não só com a circulação de conhecimento, mas também com a formação cidadã e o fortalecimento democrático. Na prática, esses princípios são o parâmetro central para as decisões editoriais e estratégicas das TV universitárias.

Entre os principais princípios destacam-se:

- **Acesso amplo à informação:** as TV universitárias ampliam o alcance de temas educativos, científicos e culturais, muitas vezes negligenciados pela mídia comercial (Maia & Del Bianco, 2022; Peixoto & Priolli, 2004). Ao priorizarem conteúdos de interesse público, essas emissoras concretizam sua missão fundamental.

- Promoção da democracia e direitos: a programação valoriza a diversidade cultural e incentiva o debate crítico (Magalhães & Deus, 2023; Pompeu, 2023). Essas ações fortalecem a cidadania e consolidam o campo público, com as TV universitárias atuando como agentes estratégicos da esfera democrática.
- Combate à desinformação: o papel das TV universitárias é central na promoção da educação midiática e na difusão de ciência confiável, especialmente diante da crescente circulação de fake news (ABTU, 2025; Taschetto & Ghisleni, 2023). Tal atuação orienta a produção de conteúdos que visam desenvolver o pensamento crítico em suas audiências.
- Inclusividade e pluralidade: a programação reflete a diversidade acadêmica e social (ABCPública, 2021; Peixoto & Priolli, 2004), promovendo diferentes manifestações culturais. Ao praticar a pluralidade, as TV universitárias contribuem para a redução das desigualdades de representação midiática.
- Centralidade no cidadão: o diálogo com a sociedade e o público acadêmico orienta a produção de conteúdos relevantes (Bucci, 2000; Duarte, 2011). Essa postura aproxima a emissora de sua comunidade e favorece o engajamento social.
- Fomento ao diálogo e participação: incentiva a interação da sociedade com o meio, estimulando a participação cidadã e o controle social (ABCPública, 2021; Mendel, 2011). O estímulo à escuta ativa reforça o compromisso público das TV universitárias.
- Comunicação como política de Estado: o reconhecimento da comunicação pública como direito social, com impessoalidade e ética, garante legitimidade (ABCPública, 2021; Silva et al., 2025). Tal fundamento fortalece a credibilidade das TV universitárias frente ao contexto social e institucional.

Apesar do reconhecimento desses princípios, as TV universitárias enfrentam obstáculos como restrições orçamentárias, limitações legais e dificuldade de participação social efetiva (Pompeu, 2023; Xavier, 2025).

Portanto, a consolidação desses princípios demanda políticas públicas robustas, investimentos constantes e o fortalecimento de redes colaborativas (ABCPública, 2021). Somente por meio dessa estrutura, as TV universitárias podem resistir às pressões

mercadológicas das plataformas digitais e manter o foco na democratização da informação e na promoção da cidadania.

No cenário atual, a efetividade desses princípios é diretamente testada pelo ambiente plataformizado e pelas dinâmicas algorítmicas, que afetam visibilidade, alcance e autonomia editorial. Por isso, torna-se fundamental analisar como as TV universitárias incorporam esses princípios em suas estratégias para enfrentar os desafios contemporâneos, como a invisibilidade algorítmica.

2.4 Visibilidade algorítmica e seus impactos na mídia pública

No ambiente plataformizado, as plataformas digitais dominam a distribuição dos conteúdos, impondo regras e lógicas comerciais que moldam o que se torna visível (Srnicsek, 2017). Atualmente, algoritmos — conjuntos de regras computacionais que, embora opacos, decidem quais conteúdos são exibidos a cada usuário, geralmente otimizados para maximizar engajamento e receita (Bucher, 2018; Van Dijck et al., 2018) — atuam como curadores invisíveis, construindo visibilidade de forma seletiva e não neutra. Essa lógica impacta diretamente veículos de mídia pública, como as TV universitárias, cujas agendas educativas e culturais podem ser facilmente ofuscadas por mecanismos algorítmicos voltados para o entretenimento rápido.

A visibilidade algorítmica está intimamente ligada ao capitalismo de vigilância, regime em que a monetização da atenção depende da coleta massiva de dados para prever e influenciar comportamentos (Zuboff, 2019). A opacidade desses sistemas, frequentemente descrita como uma “caixa preta”, é amplamente criticada por sua falta de transparência e potencial para perpetuar vieses socioeconômicos e culturais (O’Neil, 2016; Pasquale, 2017). Assim, conteúdos de valor público, apesar de sua relevância para a cidadania, têm promoção limitada diante de interesses mercadológicos, tornando-se um desafio crescente assegurar a pluralidade informacional (Datareportal, 2025a).

No espaço público — entendido como arena fundamental para o debate democrático e a formação cidadã (Habermas, 1989) —, as barreiras delimitadas pelos algoritmos restringem o acesso a informações de relevância cultural e educativa. Isso condiciona a necessidade de as emissoras públicas desenvolverem estratégias comunicacionais inovadoras para superar a invisibilidade algorítmica, sem comprometer a integridade editorial.

Gillespie (2014) destaca que algoritmos refletem valores e vieses incorporados, resultando em uma hierarquia opaca que normalmente privilegia conteúdos atraentes, leves e virais em detrimento da profundidade e pluralidade necessárias à comunicação pública. Este cenário exige das TV universitárias, por exemplo, investimentos em formatos criativos e ações de engajamento para garantir presença relevante em plataformas como YouTube e Instagram — canais essenciais, porém altamente competitivos e regulados por critérios automatizados (Datareportal, 2025a).

A prioridade algorítmica pela distribuição em larga escala e pelo engajamento imediato intensifica tensões muitas vezes incompatíveis com a missão educativa e democrática dessas emissoras (Srnicsek, 2017; Zuboff, 2019). Esse equilíbrio entre manter autonomia editorial e aumentar a visibilidade constitui um desafio central.

Além disso, a velocidade e a automação algorítmica favorecem a amplificação da desinformação, um problema que agrava a complexidade do ambiente digital (Ferreira et al., 2024). Em resposta, iniciativas como “pílulas contra a desinformação” (Universidade Estadual Paulista [Unesp], 2023) e a produção colaborativa com estudantes fortalecem o papel da mídia pública como fonte confiável e promotora de educação midiática (Magalhães & Deus, 2023).

Finalmente, essas instituições devem também cuidar da gestão de sua legitimidade no contexto de fluxos comunicacionais marcados por desinformação e instabilidades, consolidando a confiança e o prestígio diante de um ambiente informacional volátil.

Assim, apesar das barreiras da visibilidade algorítmica, emergem oportunidades para inovação comunicativa, que fortalecem a missão essencial das TV universitárias na promoção da democracia e da cidadania no Brasil contemporâneo.

2.5. Autonomia midiática e a busca por soberania digital

A crescente dependência das plataformas digitais para distribuição de conteúdos coloca em pauta a autonomia midiática das instituições públicas. Autonomia, nesse contexto, refere-se à capacidade de definir agendas, conteúdos e modos de interação com o público sem interferências políticas, comerciais ou algoritmizadas (Lessig, 1999). Para as TV universitárias, isso exige equilibrar visibilidade digital com liberdade editorial e independência institucional, mesmo em um ecossistema dominado por *big techs* e lógicas algorítmicas.

Lessig (1999) argumenta que o código e a arquitetura das plataformas são estruturantes, pois regulam comportamentos e impõem suas próprias regras no ciberespaço, muitas vezes comprometendo a autonomia das instituições. As TV universitárias, ao operarem nesses ambientes, precisam adaptar estratégias para manter controle sobre conteúdo e práticas editoriais diante das exigências e limitações estabelecidas por plataformas globais.

O debate sobre soberania digital enfatiza que é necessário ir além do controle físico das infraestruturas: trata-se de conquistar a capacidade de gerir dados, desenvolver sistemas autônomos e operar de modo independente das grandes plataformas (Grohmann et al., 2024; Lemos et al., 2024). Isso significa para as emissoras não apenas usar plataformas de terceiros, mas buscar alternativas como desenvolvimento de tecnologias próprias, uso de *softwares* abertos e articulação em redes colaborativas, fortalecendo sua autonomia e capacidade de decisão.

Dados recentes sobre a dependência estatal em relação aos serviços das *big techs* (Silva et al., 2025) demonstram o impacto dessa estratégia nacional de “aluguel digital”¹, que acentua a fragilidade e a vulnerabilidade de instituições públicas — inclusive das TV universitárias — frente à concentração tecnológica, monopólio do conhecimento e à evasão fiscal. Portanto, reduzir a dependência dessas plataformas passa a ser tarefa estratégica para garantir autonomia, sustentabilidade financeira e controle sobre dados e operação.

A literatura aponta ainda que uma abordagem sistêmica é fundamental para as TV universitárias: não basta usar as mídias digitais de forma instrumental, mas compreender criticamente as oportunidades e limitações do ecossistema digital (Oliveira & Villas Boas, 2023; Paniagua, 2022). Modelos de governança baseados em dados próprios, uso de plataformas próprias ou consorciadas e investimento em tecnologia aberta são caminhos para ampliar a soberania digital e preservar a missão pública dessas emissoras.

A autonomia midiática demanda articular presença estratégica nas grandes plataformas com a promoção de alternativas de distribuição e interação com o público, evitando a

¹O termo “aluguel digital” é utilizado por Silva et al. (2025) como uma metáfora analítica no campo da Economia Política da Comunicação. Refere-se à contratação recorrente e dependente de infraestruturas, servidores e softwares proprietários de grandes empresas tecnológicas pelo Estado, gerando gastos contínuos sem a criação de um patrimônio ou soberania digital pública.

submissão cega a critérios externos. Para as TV universitárias, tal equilíbrio é fundamental para garantir sustentabilidade e legitimidade no ambiente digital contemporâneo.

Por fim, é importante reconhecer que a busca por soberania digital, embora essencial, por si só não resolve todos os desafios da sustentabilidade midiática na era das plataformas. A dependência tecnológica, as dinâmicas algorítmicas e a volatilidade do ambiente digital impõem barreiras que afetam diretamente a manutenção da visibilidade, a capacidade de alcançar públicos e a legitimidade social das TV universitárias. Esses desafios tornam indispensável uma reflexão contínua sobre sustentabilidade midiática.

3. Discussões: desafios e inferências sobre a sustentabilidade midiática na Era da Plataforma

A sustentabilidade das TV universitárias e demais mídias públicas, na lógica plataformizada, enfrenta obstáculos que transcendem o financiamento. A fragmentação do público, o predomínio de algoritmos comerciais e a centralização das infraestruturas digitais impõem desafios à visibilidade, legitimidade social e capacidade de inovar (Srnicek, 2017; Zuboff, 2019). A invisibilidade algorítmica — que marginaliza conteúdos públicos — restringe drasticamente o alcance dessas instituições, colocando em risco sua missão educativa e cidadã.

O ambiente digital controlado por grandes corporações, como Google ou Microsoft, reforça a dependência tecnológica e limita a autonomia institucional (Silva et al., 2025). Os altos investimentos em licenciamento de *software* e sistemas em nuvem evidenciam um modelo de “aluguel digital”, que retira do setor público o controle das operações digitais, a capacidade de inovar e a própria governança técnica. Para as TV universitárias, isso implica operar sob restrições externas e pouca margem para desenvolver soluções autônomas e seguras a longo prazo.

A dificuldade de gerar receitas em plataformas focadas em publicidade e engajamento massivo desafia o modelo tradicional da mídia pública, levando à busca por alternativas.

Experiências recentes como o portal Eduplay (RNP)² e o ABTU Play³ mostram caminhos possíveis ao diversificar canais, priorizar ambientes de governança própria e privilegiar dados e conteúdo sob controle institucional. Essas estratégias reduzem a dependência das *big techs* e fortalecem a autonomia editorial e tecnológica aliada ao interesse público.

Ademais, inovar não se restringe ao aspecto econômico: processos colaborativos, estímulo à produção transmídia e foco em nichos qualificados potencializam o envolvimento social mesmo diante das limitações impostas por algoritmos (Martins & Porto, 2023; Rossetti, 2013). Parcerias, cocriação com a comunidade e o uso de plataformas abertas evidenciam modelos alternativos de legitimidade e relevância social.

As TV universitárias também precisam reafirmar seu compromisso editorial e social, promovendo inclusão, diversidade e educação midiática. Políticas de engajamento com comunidades historicamente marginalizadas, ações de combate à desinformação e projetos de credibilização são ações concretas para sustentar o papel público dessas instituições (ABC Pública, 2021; Taschetto & Ghisleni, 2023).

A dependência de soluções proprietárias e contratos opacos com *big techs* limita a capacidade das TV universitárias de inovar, mantendo-as vulneráveis a mudanças de regras, custos imprevisíveis e perda de dados estratégicos (Silva et al., 2025). A adoção de plataformas próprias e código aberto, com investimento em infraestrutura nacional (caso do Eduplay), é crucial para garantir independência, segurança dos dados e flexibilidade técnica. Isso possibilita a personalização da experiência do usuário, maior interoperabilidade com sistemas acadêmicos e proteção da missão pública contra interesses exclusivamente mercantis.

A pressão algorítmica por formatos virais, curtos e superficiais frequentemente colide com o compromisso das TV universitárias com a pluralidade, profundidade e educação (Bucher, 2018; O’Neil, 2016). Definir políticas editoriais integradas, investir em curadoria crítica e experimentar modelos de cocriação com o público são práticas que podem fortalecer a autonomia editorial. Projetos de alfabetização midiática, como os

²O aplicativo Eduplay, desenvolvido pela Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), é o maior portal audiovisual para o ensino superior no Brasil. Segundo a RNP, o Eduplay utiliza uma arquitetura própria para distribuição eficiente e segura de conteúdos audiovisuais, com tecnologia adaptativa que democratiza o acesso mesmo em redes de baixa qualidade.

³ABTU Play é um aplicativo lançado em 2025 pela Associação Brasileira de Televisões Universitárias (ABTU), que centraliza conteúdos produzidos por TV universitárias de todo o país.

realizados em parceria com núcleos de extensão, ampliam a relevância institucional e ajudam a consolidar a credibilidade das TV universitárias como fonte confiável no ambiente digital.

Em síntese, os desafios analisados mostram que a sustentabilidade midiática depende de redes colaborativas, infraestrutura própria, inovação tecnológica e práticas editoriais alinhadas aos valores públicos. Instituições que investem nessas frentes mantêm relevância e autonomia mesmo sob pressão das plataformas. Este cenário reforça a necessidade de políticas públicas robustas e de uma liderança institucional capaz de sustentar a missão pública frente a um cenário digital em rápida transformação.

Essas discussões revelam que a sustentabilidade midiática das TV universitárias, diante dos desafios impostos pela plataformação, demanda mais do que adaptações pontuais ou esforços isolados. É fundamental articular políticas públicas robustas e integradas — centradas em inovação tecnológica, desenvolvimento de infraestrutura própria e ambientes regulatórios favoráveis à autonomia e à diversidade editorial. Para que essas estratégias sejam efetivas, destaca-se o papel das lideranças institucionais proativas, capazes de mobilizar equipes, estabelecer parcerias e conduzir o setor público à frente das transformações digitais. Assim, apenas com uma atuação coordenada entre Estado, universidades e emissoras será possível fortalecer o papel democrático das TV universitárias, consolidando tanto sua relevância institucional quanto sua legitimidade social frente às plataformas digitais. Essas reflexões, portanto, preparam o terreno para as recomendações e perspectivas delineadas nas considerações finais.

Conclusão

A análise das implicações da plataformação para as TV universitárias brasileiras evidencia dilemas centrais para a comunicação pública em um ambiente digital regido por lógicas comerciais e pelo predomínio das grandes plataformas. Embora as tecnologias digitais tenham expandido o alcance potencial dessas emissoras, também intensificaram a dependência de sistemas algorítmicos opacos e infraestruturas monopolizadas, impondo desafios à autonomia editorial, à soberania digital e à própria sustentabilidade institucional.

Os resultados indicam que a visibilidade algorítmica e o risco de desinformação — incluindo fenômenos como a proliferação de desinformação — pressionam as TV

universitárias a inovar sem perder de vista os princípios da pluralidade, diversidade e compromisso com o interesse público (Bucher, 2018; Srnicek, 2017; Zuboff, 2019;). A tensão entre adaptação tecnológica e fidelidade à missão institucional configurou-se como questão-chave ao longo do estudo.

Diante desse cenário, algumas estratégias práticas despontam como fundamentais:

- Diversificação e autonomia tecnológica: projetos como o Eduplay (RNP) e o ABTU Play mostram o potencial de plataformas próprias para ampliar alcance, garantir controle sobre dados e reduzir a dependência das *big techs*, fortalecendo a autonomia editorial.
- Engajamento comunitário e educação midiática: iniciativas que envolvem a comunidade acadêmica em projetos de alfabetização midiática e de combate à desinformação, como as campanhas da TV Unesp e extensão da TV UFMS, reforçam a credibilidade e aproximam as emissoras das demandas sociais.
- Modelos inovadores de financiamento e produção: a busca por parcerias institucionais, financiamento coletivo e arranjos colaborativos amplia a sustentabilidade econômica sem comprometer a missão pública dessas emissoras.

Ressalta-se a necessidade de políticas públicas robustas e ambientes regulatórios favoráveis que priorizem a inovação, a infraestrutura própria e a formação de profissionais capacitados, além do fortalecimento de lideranças institucionais proativas e articuladas.

Apesar das oportunidades identificadas, permanece o desafio de equilibrar presença em ambientes digitais com a defesa da missão pública, especialmente diante da volatilidade, da competição e dos riscos inerentes à plataformização. Recomenda-se que pesquisas futuras aprofundem a investigação empírica de práticas inovadoras — técnicas, editoriais e de gestão — das TV universitárias, contribuindo para a consolidação de caminhos alternativos de governança e autonomia no campo da mídia pública.

Em síntese, as tensões identificadas revelam que a lógica mercadológica das plataformas colide frontalmente com os eixos analíticos deste estudo: os princípios da mídia pública são desafiados pela opacidade algorítmica; a autonomia midiática é restringida pela

dependência técnica; e a soberania digital torna-se o único caminho para que as TV universitárias recuperem o protagonismo sobre seus próprios dados e missões editoriais.

Garantir a legitimidade e o papel estratégico das TV universitárias no cenário digital depende de sua capacidade de combinar inovação, autonomia e compromisso social. Ao enfrentar criticamente as lógicas das plataformas e posicionar-se de modo colaborativo e inovador, essas emissoras podem fortalecer sua relevância, ampliar seu impacto e contribuir para uma comunicação pública mais plural, democrática e sustentável no Brasil.

Nota da Autora: Durante a preparação deste trabalho, a autora utilizou Google Gemini 3 Flash (Versão Web) para revisão de sintaxe, coesão e tradução de termos técnicos. Após a utilização desta ferramenta, a autora procedeu à revisão e edição do conteúdo e assume total responsabilidade pela versão final do manuscrito.

REFERÊNCIAS

- Associação Brasileira de Comunicação Pública. (2021). Guia de boas práticas em comunicação pública. ABCPública. <https://abc-publica.org.br/>
- Associação Brasileira de Televisões Universitárias. (2025). *ABTU Play: plataforma de streaming para conteúdo das TVs universitárias* [Plataforma online]. <https://abtuplay.org.br>
- Bonini, T., & Baldini, P. (2021). The public service media. In S. J. A. Ward (Ed.), *Handbook of global media ethics* (pp. 48–49). Springer.
- Brasil. (2011). *Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011*. Regula o acesso a informações previsto na Constituição Federal. http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/112527.htm
- Bucher, T. (2018). If algorithms could talk: insights from the algorithmic self. *Media, Culture & Society*, 40(3), 369–383.
- Bucci, M. P. D. (2000). *Direito Administrativo e Políticas Públicas*. Saraiva.
- Custódio, M., & Machado Filho, F. (2024). O streaming como modelo de negócio na TV aberta brasileira: desafios e oportunidades. *Revista ABTU*, (11), 38–45. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-11>
- Datareportal. (2025a). *Digital 2025: Brazil*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-brazil>
- Datareportal. (2025b). *Digital 2025 Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>

- Duarte, J. (2011). Comunicação pública: modelo de análise e de gestão. In H. Matos (Org.), *Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas* (pp. 51–72). ECA-USP.
- Duarte, J., & Barros, A. (Orgs.). (2006). *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação* (2. ed.). Atlas.
- Ferreira, D., Abreu, D., & Accioly Filho, A. (2024). Deepfakes e o novo ciclo da desinformação na sociedade contemporânea: um ensaio sobre a tecnologia como ferramenta de informação. *Revista ABTU*, (11), 46–51. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-11>
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167–194). MIT Press.
- Grohmann, R., Schneider, M., & Silveira, S. (2024). Soberania e inteligência artificial: perspectivas brasileiras. *Liinc em Revista*, 20(2), 1-5. <https://doi.org/10.18617/liinc.v20i2.7546>
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger & F. Lawrence, Trans.). MIT Press. (1ª ed. 1962)
- Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making data platform ready. *Social Media + Society*, 1(2), 1–11. <https://doi.org/10.1177/2056305115603080>
- Lemos, G., Espíndola, M. B., & Tosatti, N. C. M. (2024). Soberania digital: definições, desafios e implicações na era da dataficação. *Logeion: Filosofia da Informação*, 11. 1-22. <https://doi.org/10.21728/logcion.2024v11e-7364>
- Lessig, L. (1999). *Code and other laws of cyberspace*. Basic Books.
- Magalhães, C. M., & Deus, D. S. de. (2023). TVs universitárias e suas contribuições contra a desinformação. *Revista ABTU*, (10), 48–59. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-10>
- Maia, K. F., & Del Bianco, N. R. (2022). Aproximações entre os conceitos de TV universitária e campo público de televisão no Brasil. *Revista Conexão*, 197-210. <https://sou.uces.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/9669>
- Martins, G., Oliveira, G., Santos, I. C., Santos, I. dos, Melo, M. E., Elias, N., & Kruger, A. L. (2024). *As mídias digitais como espaços de legitimação e deslegitimação*. 47.º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Balneário Camboriú, Brasil.
- Martins, T. O., & Porto, M. D. (2023). O cinema independente na TV universitária: um relato sobre o Cine Candango na UnBTV. *Revista ABTU*, (10), 6–11. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-10>
- Mendel, T. (2011). *Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado*. UNESCO/EBC.

- O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Oliveira, R. B., & Villas Boas, R. L. (2023). TV universitária e mídias sociais: uma análise sob a perspectiva sistêmica. *Revista ABTU*, (10), 34–41. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-10>
- Paniagua, F. (2022). Soberania digital é imperativo para construção de internet mais justa e democrática. *Jornal da USP*. <https://jornal.usp.br/>
- Pasquale, F. (2017). *The black box society: The secret algorithms that control money and information*. Harvard University Press.
- Peixoto, F., & Priolli, G. (2004). *A televisão universitária no Brasil: os meios de comunicação nas instituições universitárias da América Latina e Caribe*. UNESCO/IESALC; ABTU.
- Pompeu, R. M. (2023). TVs universitárias e a promoção da democracia e do conhecimento científico. *Revista ABTU*, (10), 32–33. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-10>
- Prevedello, J., et al. (2025). *Brazil and the global climate agenda: strategies, progress, and challenges in a warming world*. International Journal of Agriculture and Environmental Research.
- Rede Nacional de Ensino e Pesquisa. (2025). *Conheça a tecnologia por trás do Eduplay como solução digital para a educação*. <https://www.rnp.br/conectividade/conheca-tecnologia-por-trs-do-eduplay-como-solucao-digital-para-a-educacao/>.
- Rossetti, R. (2013). *Categorias de inovação para os estudos em comunicação*. *Comunicação & Inovação*, 14(27), 63–72. <https://doi.org/10.13037/ci.vol14n27.2262>
- Silva, E. C. M., Rocha, I., Vaz, J. C., Veneziani, J. R. A., & Modanez, C. C. (2025). *Contratos, códigos e controle: a influência das Big Techs no Estado brasileiro*. GETIP/EACH/USP; OIPP/EACH/USP; IREL-UnB.
- Srnicek, N. (2017). *Platform capitalism*. Polity Press.
- Taschetto, B., & Ghisleni, T. S. (2023). A educação midiática pelas lentes da televisão universitária. *Revista ABTU*, (10), 12–20. <https://www.abtu.org.br/index.php/publi/revista-abtu/revista-abtu-n-10>
- Universidade Estadual Paulista. (2023). *Programa Desinfodemia: combate à desinformação na TV Unesp*. <https://www.tv.unesp.br/desinfodemia>
- Valente, J. A. (2020). *Tecnologias e educação: o desafio da inovação*. Papyrus.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Xavier, A. (2025). *Os desafios das TVs universitárias federais na Rede Nacional de Comunicação Pública*. Congresso USP, São Paulo, Brasil.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.