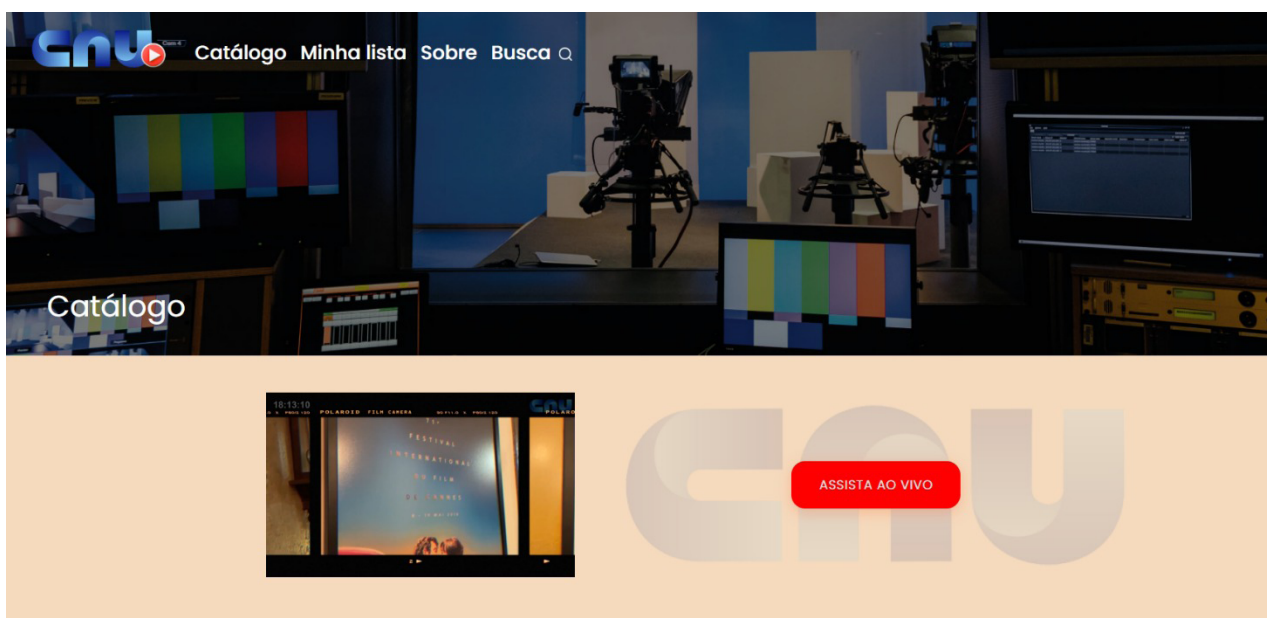




# CNU Play e os novos tempos da TV Universitária

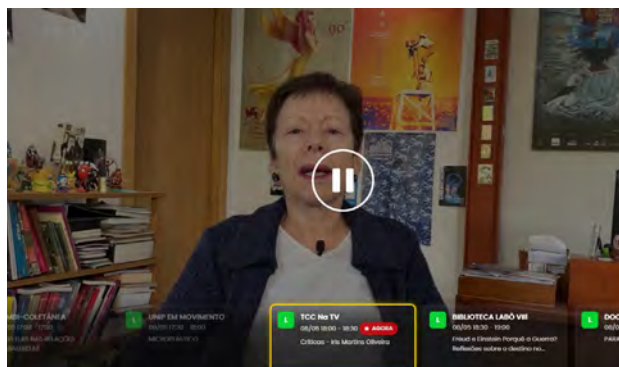
*A expansão do streaming e das plataformas digitais impulsiona a transformação das TVs universitárias, que buscam ampliar alcance, relevância e sustentabilidade em um ambiente convergente entre broadcast, internet e consumo sob demanda. Saiba como e porque nasceu o CNU Play.*

**Por Ana Elisa Novo**

Entre 2010 e 2014 a TV por assinatura no Brasil atingiu seu auge com quase 20 milhões de assinantes. Desde então, alternativas de distribuição de conteúdo foram surgindo e ocupando fatias importantes desse mercado. O último levantamento do IBGE registrou que, em 2016, a participação da TV a cabo era de 33,2%.

Por outro lado, ao longo do mesmo período, cresceu significativamente a disponibilidade de equipamentos capazes de acessar serviços de streaming. O percentual de domicílios com TVs de tela fina, por exemplo, passou de 65,3% em 2016 para 90,5% em 2024. Um avanço que certamente indica o aumento do consumo de plataformas digitais.

Outro dado importante é que o próprio comportamento do público mudou. A lógica da programação linear vem sendo substituída pela cultura do consumo sob demanda. O telespectador quer decidir o que assistir, quando assistir e em qual dispositivo consumir aquele conteúdo. Nesse cenário, a televisão deixa de ser apenas um aparelho na sala e passa a ocupar múltiplas telas simultaneamente.



Para as TVs e canais universitários, esses dados representam um futuro de múltiplas possibilidades, mas trazem consigo um inevitável questionamento: o que é preciso fazer para garantir sua permanência nesse novo cenário da radiodifusão?

Um levantamento recente da Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU) identificou cerca de 190 TVs universitárias em operação no país. E muitas delas já atuam exclusivamente na internet, no formato WebTV.

O cenário indica ainda que as TVs universitárias brasileiras já iniciaram, na prática, sua migração para o ambiente digital. Se antes dependiam exclusivamente da TV por assinatura, hoje já operam em múltiplas plataformas, incluindo sites próprios, YouTube, aplicativos e redes sociais.

Essa mudança também amplia o potencial de alcance. Diferentemente do modelo tradicional de TV a cabo, limitado geograficamente às áreas de cobertura das operadoras, o ambiente digital permite que conteúdos produzidos pelas TVs universitárias circulem nacionalmente — e até internacionalmente — alcançando públicos que antes jamais teriam contato com essas produções.

Além da ampliação do alcance, as plataformas digitais oferecem às TVs Universitárias algo estratégico: dados. Métricas de audiência, tempo de permanência, perfil de público e desempenho de conteúdos passam a orientar decisões editoriais e ajudam as emissoras a compreenderem melhor seus espectadores.

O Canal Universitário de São Paulo está na vanguarda dessas mudanças e acaba de lançar o CNU Play, uma plataforma digital voltada à transmissão gratuita ao vivo e *on demand*, desenvolvida por brasileiros.



A plataforma é acessada por meio do site [cnuplay.org.br](http://cnuplay.org.br). O usuário precisa realizar um breve cadastro e definir uma senha. Depois disso, é só navegar pela plataforma e conferir a programação que está no ar 24 horas por dia, sete dias por semana. Isso além de acessar os destaques de cada uma das TVs que atualmente integram o CNU: TV Unesp, TV PUC-SP, TV Zumbi dos Palmares e TV Unip.

As mudanças não param por aí. Aproveitando a crescente presença de Smart TVs nos lares brasileiros, quem possui aparelhos com interface Android TV e Google TV já pode baixar o aplicativo do CNU diretamente no aparelho de televisão e conferir a programação ao vivo, sem necessidade de assinatura.

Em breve, o aplicativo do CNU Play também estará disponível gratuitamente para download nos celulares pelas lojas Play Store e Apple Store.

Com o CNU Play na internet e nas Smart TVs, a consequência direta é a expansão — e provável transformação — do perfil da audiência. Um novo rumo para a trajetória do CNU.

Esse movimento acompanha uma tendência global de convergência entre televisão e plataformas digitais, sendo consensual afirmar que o futuro da televisão passa necessariamente pela integração entre transmissão tradicional, streaming e distribuição multiplataforma.

Se pudéssemos fazer uma viagem no tempo, quase 30 anos atrás, quando esse universo ainda era impensado, veríamos que o Canal Universitário se antecipou ao ocupar um espaço garantido pela Lei do Cabo (Lei 8.977/1995), que reservou um canal de uso compartilhado para as universidades localizadas no município de São Paulo. O CNU foi o primeiro canal universitário a operar na TV a cabo no Brasil, a partir da união de nove instituições paulistas.

Desde então, tornou-se referência para outros

canais universitários do país, cumprindo um papel singular na divulgação científica e na democratização do conhecimento. As TVs Universitárias se transformaram em ferramentas fundamentais para traduzir conteúdos acadêmicos em linguagem acessível à sociedade.

Em tempos de desinformação e circulação acelerada de conteúdos sem verificação, as TVs Universitárias também assumem uma função estratégica no fortalecimento da comunicação pública e da divulgação científica de qualidade.

Em 2026, com o CNU Play, o Canal Universitário de São Paulo dá um gigantesco passo rumo à nova era da TV 3.0, marcada pela maior interatividade, integração com a internet, personalização de conteúdo e experiências imersivas.

Mas ainda há um longo caminho a ser percorrido. Se no passado o desafio das TVs Universitárias era garantir espaço na televisão por assinatura, agora o desafio é conquistar relevância, visibilidade e sustentabilidade em um ecossistema dominado pelo streaming e ditado pela audiência em meio às emissoras comerciais.

O futuro das TVs Universitárias exige capacidade para explorar outros formatos e plataformas, sem perder sua essência que é conectar, de forma crítica e independente, a universidade, o conhecimento e a sociedade.

O CNU está nesse caminho.



## Ana Elisa Novo

é jornalista formada pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e atua há mais de 25 anos na área da Comunicação. Com experiência em jornalismo, produção audiovisual, assessoria de imprensa e marketing digital, desenvolve conteúdos e estratégias de comunicação para áreas como saúde, inovação, agronegócio, educação e meio ambiente. Seu trabalho une informação, criatividade e comunicação humanizada.

Contato: [anitanovo@gmail.com](mailto:anitanovo@gmail.com)