

TV Unama: uma experiência de TV Universitária na Amazônia

Rodolfo Silva Marques¹
Ivana Claudia G. de Oliveira²
Mario Camarão França Neto³

Resumo

As TVs universitárias são realidades importantes no contexto da radiodifusão no Brasil. Como meio de comunicação mais relevante e de maior impacto junto à vida das pessoas, a televisão é dotada de, praticamente, uma onipresença no cotidiano brasileiro. Assim sendo, realizar uma discussão mais profunda, para profissionais da Comunicação Social, a respeito do funcionamento das emissoras universitárias no Brasil, tendo como objeto de avaliação a principal referência do tema na região amazônica – TV UNAMA – torna esse processo mais relevante e desafiador. O presente trabalho busca uma análise descritiva da TV universitária na formação de profissionais da comunicação na região, atuando como componente prático determinante para qualificação do egresso desde 2002/2003, resultando em níveis altos de satisfação no período acadêmico e enriquecendo a experiência do aluno.

Palavras-Chave: Amazônia; TV Universitária; TV UNAMA; educação; jornalismo.

INTRODUÇÃO: TVs UNIVERSITÁRIAS, FORMAÇÃO E EXTENSÃO

As emissoras ou canais universitários de TV devem ser plataformas propícias para o desenvolvimento tecnológico, para a busca de novidades, para a experimentação. Partindo-se da premissa básica de que tecnologia é tudo o que o homem faz para facilitar sua vida e, no contexto da comunicação e da radiodifusão, os recursos auxiliam no fomento de conteúdos para influenciar a vida das pessoas, ainda mais tendo como origem as universidades, que são espaços propícios para o pensar crítico⁴.

As TVs universitárias estão no contexto da extensão universitária, em especial pela possibilidade de esses canais estarem ligados ao atendimento das comunidades interna e externa, simultaneamente. Há um grande potencial de se ampliar a divulgação do conteúdo que é produzido dentro da universidade no sentido de informar, capacitar pessoas e estimular a possibilidade da geração do senso crítico, com produção de conhecimento e intervenções em comunidades mais pobres⁵.

Em outubro de 2018, durante o XIII Fórum Brasileiro de Televisão Universitária, na Universidade de Fortaleza-CE (UNIFOR), o atual presidente da Associação Brasileira de TVs Universitárias (ABTU), Fernando Moreira, ressaltou que, ainda hoje, a TV universitária ainda é mais identificada como uma “janela de exibição”,

como algo complementar, mas que há uma tendência de modificação do cenário, em que se deve buscar a geração de conteúdo de interesse social, com qualidade e a permanente busca de recursos⁶.

O interesse por material científico e educativo – e mesmo de entretenimento – é permanente, em especial se originado das instituições universitárias (ACIOLLY, 2009 e 2011). O contexto da convergência da televisão com a internet, em uma integração digital, também se afigura como uma tendência no contexto das TVs universitárias.

Assim, esses canais devem ser, acima de tudo, uma possibilidade de divulgar para a comunidade acadêmica – e para a sociedade em geral – o conteúdo que é produzido dentro das Instituições de Educação Superior (IES), em especial, na ideia da construção de novos conhecimentos, nas diferentes áreas do ensino, pesquisa e extensão universitários.

1. TV UNAMA: UM ESPAÇO DA AMAZÔNIA

A televisão na Amazônia tem peculiaridades que vão desde o controle da retransmissão por políticos até desatualizado e falho sistema de controle de radiodifusão⁷. Este cenário apresenta uma realidade praticamente desconhecida para brasileiros. Na região, a Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel) permite o funcionamento de 1.737 retransmissoras de TV que podem

exibir até 3,5 horas de programação produzida localmente⁸, inclusive podendo adquirir patrocínio próprio para este horário; enquanto no restante do País, as retransmissoras atuam somente como repetidoras da programação de rede nacional. Pelo menos 400 emissoras na região têm programação, sede, logomarca, estúdio, repórteres, arrecadação própria⁹ e oscilações de funcionamento que variam rapidamente conforme a política e a economia locais.

Neste contexto, a TV UNAMA é um projeto de extensão do curso de Comunicação Social, da Universidade da Amazônia, que se configura como um espaço destinado à produção audiovisual de alunos e professores dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da instituição. Inaugurada há 17 anos, em 22 de agosto de 2002, a TV UNAMA tem como principal objetivo a difusão de conteúdo educativo, científico, cultural e jornalístico levando em conta a qualidade técnica e próxima da academia, tendo a Amazônia como o principal palco de produção e de exibição. Desde 2014, a Universidade da Amazônia – e todos os seus canais institucionais – pertencem ao Grupo Ser Educacional, liderado pelo Prof. Dr. Janguê Diniz.

A TV UNAMA não dispõe de canal (aberto ou fechado) para transmissão e utiliza, em alguns casos, horários reservados dentro da programação da TV aberta – no caso, a TV RBA, que é afiliada à TV Ban-

¹ Bacharel em Comunicação Social pela Universidade da Amazônia (UNAMA). Mestre (UFPA) e Doutor (UFRGS) em Ciência Política. Especialista em Marketing (FVG/IDEAL) e em Educação Superior. Professor-Doutor da UNAMA. Professor-Adjunto da FEAPA. E-mail: rodolfo.smarques@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7865990074375419>

² Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Mestre e Doutora pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA/UFPA); Professora Doutora do curso de Comunicação Social da Universidade da Amazônia (UNAMA); Professora Adjunta Estácio/Pará; professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura (PPGCLC/UNAMA). E-mail: ivana.professora@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2354238224698969>

³ Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela UFPA. Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Minho (UM/Portugal). Atualmente, cursa doutorado em Cibercultura e Redes de Informação - Ciências da Comunicação, na UM. Estuda a reconfiguração do humano em imagem e pornocultura digital 3D. E-mail: mariocamara@gmail.com. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1672424578700939>

⁴ ABTU - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. As perguntas mais comuns sobre televisão universitária, a ABTU e a RITU. Acesso em abril de 2019.

⁵ Algumas reflexões disponíveis em www.periodicos.ufes.br/guarar/article/viewFile/17166/12905, acessado em abril de 2019.

⁶ Declaração extraída a partir do link <http://revistapontocom.org.br/materias/qual-e-o-papel-da-tv-universitaria>, acessado em abril de 2019.

⁷ Disponível em <https://apublica.org/tvsdaamazonia/>, acessado em abril de 2019.

⁸ Implantadas sob Regime Jurídico Especial na década de 70, como forma de estimular a comunicação na Amazônia. Disponível em www.anatel.gov.br/institucional/, acessado em abril de 2019.

⁹ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2017/12/1939871-na-amazonia-micro-tvs-driblam-isolamento-da-floresta.shtml>, acessado em maio de 2019.

deirantes. Em questão, e com duração de 30 minutos, o programa “Espaço Universitário” é exibido pela TV RBA – Rede Brasil Amazônica de Comunicação, canal 13, para cerca de 70 municípios do Pará, no sábado, às 07h20.

O “Espaço Universitário” foi transmitido durante sete anos pelo Amazon Sat, canal de TV digital do Grupo Rede Amazônica, com sede em Manaus, que tem a sua programação distribuída por satélite, internet, rádio e outros meios digitais. O sistema Amazon Sat é transmitido para Amazonas, Acre, Rondônia, Roraima e Amapá, em televisão aberta, alcançando cinco capitais e 41 municípios. Para os demais Estados brasileiros, a programação do Amazon Sat é transmitida por meio da televisão paga.

Figura 1: Logomarca da TV UNAMA



Fonte: <https://www.facebook.com/TvUnama/>, acessado em abril de 2019.

Desse modo, a difusão da programação da TV UNAMA¹⁰ está ligada desde o início à veiculação em TV aberta e canal fechado, sempre em formato de parceria e de produção de conteúdos inéditos e exclusivos. Seguem abaixo duas imagens desses canais de divulgação, sempre no processo de gestão integrada para divulgação dos programas da TV.

Figuras 2 e 3: Postagens da TV UNAMA nas redes sociais



Fontes: <http://www.unama.br/multimidia/>, <https://m.facebook.com/TV-Unama-322715504881101/> e Instagram @TvUnama, acessadas em abril de 2019

A TV UNAMA conta ainda com um acordo de cooperação técnica entre o canal FUTURA¹¹, desde o início da sua implantação. Tal parceria prevê intercâmbio de conteúdo, metodologias e iniciativas de natureza educativa, técnica e cultural. Na região Norte, outras duas TVs universitárias fazem parte dessa rede: a TV UFAM, de Manaus e a Academia Amazônia da Universidade Federal do Pará, em Belém. O FUTURA incentiva a parceria com as Universidades, Institutos e Centros Universitários na produção de conteúdos televisivos, através de editais e apoio técnico. O canal FUTURA mantém parcerias com mais de 70 instituições educacionais no Brasil, com os modelos de coprodução e produção de conteúdo; difusão de programas educativos; e projetos em parceria com a extensão universitária¹².

Na TV UNAMA, considerando-se a realidade da Amazônia e a necessidade de retratá-la e discuti-la, há uma preocupação efetiva com os trabalhos dos alunos. Eles aprendem na prática a elaborar conteúdos jornalísticos, visto que participam de todas as etapas inerentes a esse tipo de atividade, desde a elaboração de pauta, produção, reportagem, edição e apresentação.

Todo o processo é acompanhado e orientado por professores e profissionais experientes na área. A participação dos alunos se dá através das disciplinas integradas dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda e estágio com bolsa remunerada.

Nesse processo, a TV UNAMA é um permanente espaço de aprendizado, envolvendo em sua produção a formação

profissional dos alunos, em sintonia com o mercado, cientes de suas responsabilidades como cidadãos e aptos a produzir informação visando uma sociedade sustentável, ética e responsável.

Dessa forma, neste espaço, os alunos têm contato com as práticas e técnicas da produção jornalística e audiovisual, como da apresentação, entrevista e da elaboração de reportagens, vídeos e quadros especiais, em um processo que começa com a pauta, passando pela produção e reportagem até chegar à edição e à apresentação.

2. PROGRAMAS DA TV UNAMA

A escolha e os formatos dos programas da TV UNAMA buscam atender duas voçações básicas: a divulgação institucional de forma integrada e o compromisso permanente com a Amazônia, tanto em relação ao conteúdo, quanto em relação ao atendimento das demandas sociais.

A TV UNAMA produz semanalmente a revista eletrônica “Espaço Universitário”, um programa de variedade com resumo de toda produção semanal da TV. O programa divulga iniciativas da própria Universidade da Amazônia, como eventos acadêmicos, projetos de pesquisa e de extensão, além de exibir matérias jornalísticas, vídeos e entrevistas sobre temas relevantes relacionados à realidade amazônica, especialmente ao Pará e a sua capital, Belém.

Entre outras iniciativas, a TV UNAMA produz vídeos institucionais e produção de matérias jornalísticas, vídeos e entrevistas sobre temas relevantes relacionados à cultura, às artes, ao meio ambiente, à cidadania, à saúde e ao comportamento, entre outros assuntos. Os temas são relacionados à realidade amazônica, especialmente ao Pará e a sua capital, Belém. O Espaço Universitário apresenta conteúdo produzido pelos bolsistas da TV UNAMA, orientados pela equipe de professores e técnicos. Segue uma lista com alguns programas produzidos atualmente pela TV UNAMA.

Outros programas também podem ser destacados, como se observa na tabela a seguir

10 A TV UNAMA também conta com espaço no portal principal institucional (<http://www.unama.br/multimidia/>, acessado em abril de 2019) e as redes sociais, como Facebook (<https://m.facebook.com/TV-Unama-322715504881101/> acessado em abril de 2019) e Instagram (@TvUnama, acessado em abril de 2019).

11 O canal Futura é educativo e é exibido na TV fechada, mantendo parceria com emissoras universitárias de todo país. O canal foi inaugurado no dia 22 de setembro de 1997 pelo jornalista Roberto Marinho, pertencendo à Fundação Roberto Marinho, mantida pelo Grupo Globo.

12 Canal Futura, em seu site oficial www.futura.org.br/quem-somos/, acessado em abril de 2019.

Tabela 1: Principais programas da TV UNAMA

PROGRAMA	INFORMAÇÕES
SOM PARÁ	O “Som Pará” é um programa acústico gravado no estúdio de áudio do Laboratório de Comunicação Social, com novas revelações da música paraense. O programa tem uma pegada jovem e contemporânea. Todos os ritmos são contemplados: do samba, à MPP, Pop Rock, Novo Brega, guitarrada e o indie rock paraense. O programa tem a duração de 20 minutos.
MESTRE CUCA	O “Mestre Cuca” é um programa de culinária com apresentação de receitas com ingredientes regionais. A cada edição do programa, convidamos um profissional da área para ser o ‘mestre cuca’ do dia e revelar seus segredos para o público. Tem a duração de 10 minutos.
SEJA	O “Seja” é um programete que está conectado com questões de identidade, representatividade e combate ao preconceito. Conta a histórias de pessoas que decidiram se aceitar como são, mesmo sendo consideradas diferentes, revelando para a sociedade suas crenças, opiniões ou imagem. Um quadro que traz à tona temas em voga na atualidade, principalmente entre os jovens. Tem a duração de 7 minutos.
CIDADE SECRETA	O “Cidade Secreta” revela espaços da cidade de Belém que possuem riquezas históricas e/ou culturais guardados, mas que ainda são pouco conhecidos pelo grande público. O programa tem a duração de 5 minutos.
CIÊNCIA VIVA	O “Ciência Viva” é um programa de ciência, tecnologia e pesquisa. Mostra o desenvolvimento de pesquisas e seus resultados e reflexos ambiental e animal. Conduzido por profissionais das Ciências Biológicas, o programa apresenta as novidades e curiosidades na área. O programa tem a duração de 5 minutos.

3. O FUTURO COMO UMA CONSTRUÇÃO PERMANENTE

Desde 2016, a TV UNAMA está remodelando seu perfil exibidor com a presença nas redes sociais. No tripé do ensino, pesquisa e extensão, esta última tem sido compreendida como os diferentes serviços prestados pela Unama à sociedade, e entre eles está o da divulgação da produção acadêmica e científica da instituição através da TV UNAMA, tanto na programação semanal exibida em canal aberto quanto nos perfis das redes sociais.

Com a convergência¹³, a tarefa de universalizar o acesso às informações encontrou mais opções. Com a tecnologia da informação e as redes sociais promovendo a convergência entre as mídias de relacionamento e colaboração, foi alterada a forma de assistir à televisão. A maneira tradicional de audiência foi substituída pelo relacionamento entre usuários, e a TV UNAMA tem buscado o estímulo principalmente na forma de o seu público interagir com o conteúdo, disponibilizando informação e modos de socialização, do

ponto de vista da experiência televisiva.

O futuro da primeira TV universitária do Norte e Nordeste do País em uma universidade privada, está demarcado pela Social Tv, com o investimento na era convergente, transmidiática, a TV UNAMA incentivando um ecossistema maior de conectividade que envolva audiência e conteúdo produzido semanalmente por professores e alunos.

A produção da TV UNAMA no YouTube¹⁴ está no canal da Universidade, com 2.239 usuários inscritos e 742 vídeos disponíveis¹⁵, que chegam a receber mais de 8 mil visualizações dos quadros, reportagens, chamadas e programas musicais semanais que envolvem alunos e professores no processo produtivo.

As redes sociais e a nova geração de telespectadores exigem ainda que a TV UNAMA amplie o espectro de atuação da equipe de alunos e professores, que além de produzir os conteúdos de audiovisual, devem planejar a propagação nas redes e a interação com a audiência, discutir nas salas de aula as alterações

provocadas no mercado de trabalho da comunicação social com o advento dos aplicativos.

Assim, no Instagram¹⁶, a TV UNAMA tem 1.276 seguidores e postagens com uma cobertura específica dos bastidores da produção, vídeos completos da programação e chamadas especiais para quadros do programa semanal. A média é de 200 visualizações por postagem. Há ainda a hashtag¹⁷ #TvUnama, em que telespectadores, alunos, professores e entrevistados indexam fotos, compartilham conteúdos da Tv e opiniões, somando 392 publicações até maio deste ano.

A TV UNAMA também está no Facebook¹⁸ com uma fanpage seguida por 300 usuários que podem acessar, comentar e compartilhar a produção audiovisual da tv universitária paraense.

Como a audiência não está mais desempenhando um papel apenas receptivo, a repercussão dos conteúdos produzidos pela TV UNAMA tem sido o desafio qualitativo e de linguagem

13 Como “convergência” entende-se não apenas a integração de tecnologias como computação, telefonia, celular, rádio, televisão, internet; mas o conceito cunhado por Jenkins (2009) que vai além do determinismo tecnológico, fundamentado em uma perspectiva culturalista onde define três noções fundamentais: a convergência midiática como processo cultural e não somente tecnológico; o modelo da narrativa transmidiática; e o conceito de economia afetiva, que serve para pensar o comportamento de consumidores e produtores na contemporaneidade.

14 O YouTube é uma plataforma de compartilhamento de vídeos com sede em San Bruno (EUA), criado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, é campeão de audiência de vídeos, 2º maior destino para o consumo desse formato no Brasil, apenas 3 pontos percentuais atrás da líder, a TV Globo. O YouTube já é maior que os demais canais de TV aberta somados em número de vídeos assistidos, com 15% de share de audiência. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>, acessado em março de 2019

15 Disponível em <https://www.youtube.com/user/unamaoficial>. Acesso em abril/2019.

16 O Instagram é uma rede social online para compartilhamento de fotos e vídeos, com filtros digitais e compartilhamento de serviços de redes sociais. Apresentou o maior crescimento, passando de 63,3% de adoção para 80,2%, consolidada como a segunda colocada no Brasil, de acordo com a pesquisa Social Media Trends 2018 - link: https://materiais.rockcontent.com/social-media-trends?utm_source=mkct&utm_medium=instagram, acessado em abril de 2019.

17 Hashtags são palavras-chave ou termos associados a uma informação, tópico ou discussão que se deseja indexar de forma explícita nos aplicativos Instagram, Twitter Facebook, Google+, Youtube e Instagram; são compostas pela palavra-chave do assunto antecedida pelo símbolo cerquilha.

18 Facebook, mídia e rede social virtual criada em 2004, atingiu, em 2012, segundo a própria empresa, um bilhão de usuários ativos. É a maior rede social virtual do mundo.

para um futuro que mostra a tendência irreversível de integração da programação à web.

A tônica é investir na formação de equipes, reforçando o que já é conteúdo das aulas: a interação dos dois lados da tela, refletindo as mudanças e as integrações sociais que o mundo digital impõe e descortinando uma fase de reinvenção e integração tecnológica com configurações sempre novas e atualizadas pela web.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do exposto nessa breve discussão, é possível ressaltar a importância das TVs universitárias no contexto da produção e da difusão dos conhecimentos produzidos nos meios acadêmicos. Está no escopo desses canais a necessidade de fazer a produção de conteúdos ir além dos muros universitários. Há, nesse processo, a questão efetiva da importância social, em que o conteúdo das TVs universitárias muda a vida das pessoas. Para além disso, é necessário destacar que o segmento está em expansão, mesmo com as dificuldades já citadas.

E, indiscutivelmente, pela importância que a TV UNAMA tem no contexto da Amazônia, é possível identificar que essas missões e responsabilidades – em grande parte delas, pelo menos – são cumpridas com êxito. Com uma programação diversificada, priorizando a pluralidade e plenamente integrada à academia e o ao mercado, a TV UNAMA representa uma grande contribuição para o conceito de TV Universitária, em especial na região amazônica.

O futuro da TV UNAMA tem no modelo em que os dois mundos (televisão e internet) convivem simultaneamente na busca de formatos para a audiência. O desafio é inserir os conteúdos em mais plataformas, aproveitando ao máximo seu potencial de distribuição e a partir desta rotina da convergência, preparar os alunos que integram as equipes de produção para um novo ambiente de inovação por experiências de interação.

A convergência TV-Web é tendência e desafio em um mundo de audiência com independência espaço-temporal, cada vez mais capacidade de interatividade e fortalecimento da participação pública, dando voz à Amazônia. A TV UNAMA segue nesses desafios, buscando ampliar suas possibilidades e se aprofundar na produção e na difusão de conhecimentos científicos a respeito da região – e para os habitantes amazônidas.

REFERÊNCIAS:

ABTU - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. **As perguntas mais comuns sobre televisão universitária, a ABTU e a RITU**. Disponível em. Acesso em abril de 2019.

ACCIOLY, D.C.S. **TV Universitária: A Televisão da Universidade**. In.: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba. Anais.

_____. **A difusão do conhecimento científico produzido pela Universidade e transmitido pela televisão universitária**. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. Anais.

BUCCI, Eugênio. **O peixe morre pela boca**. São Paulo: Página Aberta, 1993.

CORTESE MARTELLI, F. **TV universitária, um modelo de gestão em construção: TV UNAERP de Ribeirão Preto**. In: Dissertação apresentada ao PPGCOM/Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. Bauru, 2012. Link: www.faac.unesp.br/Home/Pos-Graduacao/MestradoeDoutorado/Comunicacao/DissertacoesDefendidas/avia-cortese-martelli.pdf, acessado em abril de 2019.

PORCELLO, Flávio Antônio Camargo. **TV Universitária: limites e possibilidades**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.

RAMALHO, Alzimar R. **A TV universitária como ponte entre a produção científica e as massas: a TV FEMA em Assis (SP)**. 2005. Dissertação de Mestrado em Comunicação: Mídia e Cultura - Universidade de Marília, Marília, 2005.

_____. **O perfil da TV Universitária e uma proposta de programação interativa**. 2010. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). Universidade de São Paulo, São Paulo.

<http://www.anatel.gov.br/institucional/>, acessado em abril de 2019.

<http://revistapontocom.org.br/materias/qual-e-o-papel-da-tv-universitaria>, acessado em abril de 2019.

<https://m.facebook.com/TV-Una-ma-322715504881101/>, acessado em abril de 2019.

<https://diplomatie.org.br/tv-universitaria-voce-ja-viu-uma/>, acessado em abril de 2019.

https://materiais.rockcontent.com/social-media-trends?utm_source=mkt-c&utm_medium=instagram, acessado em abril de 2019.

<https://medium.com/lab-f5/a-tv-universit%C3%A1ria-resiste-d41f7352dccb>, acessado em abril de 2019.

<https://apublica.org/tvsdaamazonia/>, acessado em abril de 2019.

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/>, acessado em março de 2019.

<https://www1.folha.uol.com.br/seminariosfolha/2017/12/1939871-na-amazonia-micro-tvs-driblam-isolamento-da-floresta.shtml>, acessado em maio de 2019.

<https://www.youtube.com/user/unamaoficial>, acessado em abril de 2019.

www.futura.org.br/quem-somos/, acessado em abril de 2019

www.periodicos.ufes.br/guara/article/viewFile/17166/12905, acessado em abril de 2019.

www.unama.br/multimedia/, acessado em abril de 2019.