

Vinte anos de TV UFMS

Uma trajetória em busca da consolidação e sua relação com o *Facebook*: um novo olhar para a rede social

Thayná Rafaela de Oliveira¹
Rose Mara Pinheiro²

Resumo

O objetivo deste artigo é refletir sobre a trajetória da TV UFMS, televisão universitária da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, que completa vinte anos em 2019 e consolida sua audiência e programação com a utilização do Facebook e integração com as redes sociais, se firmando como um veículo de educação, extensão universitária, cultura e divulgação científica. Desta forma, pretende-se compreender as mudanças no processo de produção audiovisual para uma televisão universitária cada vez mais abrangente e plural, que seja reconhecida pela comunidade universitária e externa e possa contribuir de maneira efetiva para a transformação social e acesso ao conhecimento produzido na universidade.

Palavras-Chave: UFMS; TV Universitária; redes sociais

Abstract:

The objective of this article is to reflect on the trajectory of TV UFMS, television university of the Federal University of Mato Grosso do Sul Foundation, which completes twenty years in 2019 and consolidates its audience and programming with the use of Facebook and integration with social networks, if establishing itself as a vehicle for education, university extension, culture and scientific dissemination. In this way, it is intended to understand the changes in the audiovisual production process for an increasingly broad and pluralistic university television, which is recognized by the university and external community and can contribute effectively to social transformation and access to knowledge produced at university.

Keywords: UFMS; University TV; social networks

1. Introdução

A presença das TVs Universitárias na internet tem crescido nos últimos anos. Seja por site próprio da emissora ou pelas redes sociais, as TVUs brasileiras não deixam de marcar presença no ciberespaço. É nele também que elas podem inovar, divulgar seu conteúdo, alcançar um público diferente e ainda divulgar a existência dos canais universitários.

Prestes a completar vinte anos de criação, a TV UFMS, emissora universitária da Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, que completa 40 anos de federalização em 2019, tem consolidado sua audiência e programação extrapolando a veiculação no Canal Universitário, pelo canal 14 da Net em Campo Grande (MS), por meio de vídeos nas redes sociais ampliando a possibilidade de democratizar a informação e ultrapassar as fronteiras da cidade de Campo Grande e do estado de Mato Grosso do Sul, e também tornar-se objeto familiar e de orgulho da comunidade universitária da UFMS.

Este artigo pretende percorrer brevemente a trajetória de vinte anos da TV UFMS, e refletir sobre como uma nova forma de olhar para as redes sociais, em especial o Facebook, mudou o modo de produção da emissora e tornou a TV UFMS mais conhecida fora da universidade e popular dentro dela.

Serão mostrados os dados referentes ao ano de 2018, quando a rede social passa a ser vista não apenas como plataforma de divulgação, mas de planejamento e criação de conteúdo. Os números, ainda que iniciais, apontam o crescimento da popularidade da TV UFMS e são a base que impulsionou a criação de dois novos programas exclusivos para a Internet, de modo que a TV UFMS caminha em direção ao desenvolvimento de um plano futuro de se tornar WebTV, além da divulgação em Canal Universitário e TV aberta.

2. A TV UFMS

Em 2019 a Universidade Federal de Mato Grosso do Sul celebra 40 anos de federalização. A criação da UFMS é conquistada dois anos após a divisão do estado de Mato Grosso, em 1977, quando é criado o estado de Mato Grosso do Sul. Patrimônio sul-mato-grossense, a UFMS é a maior instituição pública de ensino superior no estado e reúne 23 mil estudantes nos 116 cursos de graduação e 61 de pós-graduação oferecidos na Cidade Universitária, em Campo Grande, capital de Mato Grosso do Sul, e nove câmpus distribuídos em todas as regiões do estado.

É interessante fazer essa análise sobre a TV universitária a partir da importância da instituição e no seu compromisso em oferecer ensino público, gratuito, de qualidade e inclusivo. É a partir daí que

é fundamentada a premissa da TV universitária, para fortalecer a vocação da instituição pública de ensino superior estabelecida no tripé ensino, pesquisa e extensão, considerando “a relevância das TVs universitárias, a partir da função e do papel social que cabe às Instituições de Ensino Superior no País, no que se refere à produção e disseminação do conhecimento, da cultura e do desenvolvimento, atuando como importante meio de inclusão social” (ABTU, 2004, p.15).

Segundo a ABTU, a televisão universitária é aquela produzida ou orientada pelas Instituições de Ensino Superior, em qualquer sistema técnico ou em qualquer canal de difusão.

Uma televisão feita com a participação de estudantes, professores e funcionários; com programação eclética e diversificada, sem restrições ao entretenimento, salvo aquelas impostas pela qualidade estética e a boa ética. Uma televisão voltada para todo o público interessado em cultura, informação e vida universitária, no qual prioritariamente se inclui, é certo, o próprio público acadêmico e aquele que gravita no seu entorno: familiares, fornecedores, vestibulandos, gestores públicos da educação, etc. (ABTU, 2004, p.5)

¹Pós-graduanda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS); Repórter da TV UFMS. E-mail: thayna.rafaela.oliveira@gmail.com

² Professora/Orientadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS); Secretária Especial de Comunicação Social e Científica. E-mail: rose.pinheiro@ufms.br

De acordo com o mapeamento realizado pela associação, em 2010 cerca de 9% das Instituições de Ensino Superior produziam conteúdo para televisões universitárias, sendo que o levantamento contabilizou 150 emissoras universitárias, “distribuídas em TVs abertas, no cabo e por streaming (internet)”. (MAGALHÃES, MOREIRA, 2018, p. 5)

O aumento exponencial das emissoras de TVs universitárias ocorreu no final da década de 90 com a promulgação da Lei das TVs a Cabo (Lei Federal 8.977), que exigia das operadoras um canal específico para as universidades. É nesse período, considerado o terceiro momento das TVs universitárias, que surge a TV UFMS.

Surgiram então dezenas de canais universitários, que continham em sua programação produções de diversas IES em consórcio. A partir daí, com canais garantidos de divulgação, somadas a experiência anterior em sinal aberto e a tecnologia de produção audiovisual cada vez mais acessível, a universidade brasileira tomou gosto por fazer TV. Em 2012 foi promulgada a Lei 12485, a chamada “Lei do acesso condicionado” que trouxe nova regulação para o setor e tornou os Canais Universitários como obrigatórios no line-up de todas as operadoras, inclusive por satélite (estas porém pendentes de regulação específica até 2017, por questões técnicas e logísticas). (MAGALHÃES, MOREIRA, 2018, p. 6)

O papel do curso de Jornalismo foi crucial para o início da TV UFMS. “Apesar de todos os entraves, o curso de Comunicação Social/Jornalismo teve importante participação tanto na implantação quanto na manutenção da programação da TV Universitária (TVU), canal fechado de televisão a serviço das universidades locais”, de acordo com o Projeto Pedagógico do curso de Comunicação Social/Jornalismo (UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL, 2014, p. 146). Os professores do curso enxergaram uma oportunidade para o desenvolvimento da produção audiovisual na universidade e conseguiram aprovar na Reitoria uma portaria dois anos após a criação do canal universitário pela Net Campo Grande. Em 11 de fevereiro de 1999 o reitor Jorge João Chacha assina a portaria 119/99 que cria a TV e a Rádio Universitária da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (TVUFMS e FM UFMS) vinculadas à vice-reitoria.

Desde então é firmado um contrato com a Sociedade para o Desenvolvimento de Desenvolvimento Cultural, Ecológico e Social de Mato Grosso do Sul, conhecida como TVCOM, que faz a intermediação tecnológica à veicula-

ção no canal universitário e detém a exclusividade para prestar esse serviço às instituições de ensino superior de Campo Grande. Por vários anos, o canal 14 da Net, destinado às universidades, foi utilizado por mais duas instituições, além da UFMS, mas desde 2017 é mantido apenas duas TVs universitárias.

Para Spenthof (1998, p.153), “há quatro funções básicas que explicam e justificam a existência das rádios e TVs universitárias: a divulgação da produção universitária, a canalização da política de extensão das universidades, a atividade laboratorial e a democratização da comunicação e do conhecimento”. Assim, a produção da área de comunicação institucional das universidades, incluso a TV Universitária, busca atingir a comunidade universitária e seu entorno com conteúdo local e regional, de qualidade e relevância social, e de caráter científico, valendo para isso de todos os procedimentos técnicos disponíveis.

Na TV Universitária da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), este cenário não é diferente. A TV UFMS, veiculada no canal aberto da TV Educativa de Mato Grosso do Sul, por meio de um acordo de cooperação firmado com a Fundação Estadual Jornalista Luiz Chagas de Rádio e TV Educativa de Mato Grosso do Sul (Fertel), em 2017, e no canal a cabo universitário Net Campo Grande, busca divulgar para a sociedade sul-mato-grossense a cultura e ciência da universidade. A TV também tem se feito presente nas redes sociais desde 2011. “No entanto, a TV universitária faz coro com boa parte de iniciativas semelhantes no mundo. Há um grande desconhecimento de sua atuação e de sua história” (MAGALHÃES, MOREIRA, 2018, p. 6)

Tendo esse desafio em evidência, em 2017, a TV UFMS é abarcada pela Secretaria Especial de Comunicação Social e Científica (Secom), criada sob a Resolução COUN nº 2/2017.

Comprometida com a missão da Instituição e com o objetivo de ampliar a difusão, a socialização e a aplicação dos conhecimentos promovidos nos Câmpus da Universidade, zelando pelo pluralismo de ideias, conforme os próprios princípios expressos no Estatuto da Instituição, em fevereiro de 2017, com a Resolução COUN nº 2/2017, foi criada a Secretaria Especial de Comunicação Social e Científica (SECOM), integrando as áreas de comunicação institucional, assessoria de imprensa, gerenciamento de mídias sociais, radiodifusão educativa (Rádio Educativa UFMS e TVU), planejamento e identidade visual, além das atividades da Edi-

tora UFMS. (UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL, 2018, p.275)

Dessa forma, inicia-se a partir de 2017 um trabalho de fortalecimento da presença da TV UFMS nas mídias sociais, passando a ser contabilizado no Relatório de Avaliação Institucional e incluído no planejamento anual de comunicação. Com modernização dos equipamentos e reestruturação visual, estética e na grade programação, a TV UFMS apresenta informação jornalística, entrevistas, programas e reportagens especiais, feitos por uma equipe terceirizada formada por três repórteres, três cinegrafistas, dois editores de imagens e uma editora executiva. A TV conta ainda com uma parceira com o curso de Jornalismo da UFMS, para divulgação dos materiais produzidos pelos acadêmicos e estagiários no Laboratório de Telejornalismo.

No ano de 2018, com um projeto de fortalecimento e ampliação, a TV UFMS se filia à Associação Brasileira de Televisão Universitária (ABTU), renova a logo, assim como a vinheta do Jornal UFMS e dos programas Todas as Artes, Entrevista e LabJor. No mesmo ano, passou a produzir reportagens especiais em um novo formato que não o telejornalístico. Agora, em estilo de minidocumentário, algumas matérias especiais trazem conteúdo científico em uma narrativa contada pelos próprios atores da ação: alunos, professores e pesquisadores, procurando minimizar a ameaça do desinteresse, identificada por Brittos et al (2011).

Até 2017, a produção da TV UFMS era focada no preenchimento da programação do canal universitário da Net Campo Grande e o jornal e programas eram enviados uma vez ao mês, com duração total de duas horas (uma hora de produção dos profissionais da TV UFMS e uma hora de produção dos acadêmicos de Jornalismo) para o Canal Universitário. Para a TV aberta Educativa MS, uma hora de programação, uma vez ao mês.

Por esta razão, em 2018, com um novo olhar de produção voltado para as redes sociais, em especial o Facebook, a emissora começa a produzir programas diferenciados adequados às redes sociais e que também funcionam na plataforma televisiva. Como consequência, o número de reportagens e programas produzidos começou a aumentar, e consequentemente a frequência de envio do material enviado ao Canal Universitário também, reduzindo a repetição da programação, como foi apontado por Ramalho (2010).

Atualmente a TV UFMS produz seis programas, sendo quatro para a programação do Canal Universitário NET Campo Grande e TV Educativa MS, e

dois específicos para o Facebook e Youtube.³ Em 2019 se consolida o envio de material ao canal universitário e à TV Educativa MS com a frequência de uma vez na semana, totalizando em média quatro jornais no mês. O jornal UFMS e o Entrevista passam a ser produzidos semanalmente, e o Todas as Artes quinzenalmente. Assim começa a dar passos em direção ao plano de se estruturar uma WebTV.

3. A experiência na rede social Facebook

Quando a TV UFMS focava apenas o olhar para o Canal Universitário e a TV Educativa MS, a sua produção estava limitada ao público que assistia aos dois canais. Uma produção, de certa forma restrita, já que é difícil definir o público das TV Universitárias.

A TV Universitária disputa audiência e é assistida, mas não se sabe por quem, quantos ou quando. Não são muitos, na escala televisiva, mas ainda assim são alguns milhares. Não obstante, certamente é (e sempre será) coadjuvante do sistema televisivo, por sua própria natureza (a não ser que abandone seu projeto crítico de ensino superior, o que só confirma a sua importância). Deverá buscar como público todas as pessoas compreendidas na sua circunscrição geográfica (não faz sentido, como às vezes se aventa, fazer um canal de acesso público somente para universitários). Encontrará alguns universitários e suas famílias, como foi mencionado na revista ABTU, mas também muitas pessoas insuspeitas de assistirem TVU: porteiros, empregadas domésticas, idosos, jovens, aposentados, adultos na ativa, gente de todas as camadas sociais, em horários improváveis, dispostos a dedicar algum tempo a um canal que apresenta um ritmo menos intenso, que cadencia relações e conteúdos de maneira diferente. Um canal que passa por diversos temas, e não somente àqueles que nos afligem no dia-a-dia (do tipo “tragédias” ou “utilidade pública”). (WAINER, 2014, p.7)

Com a ascensão e sucesso das redes sociais, as próprias TVs abertas come-

çaram a levar sua programação para a Internet, e isto não foi diferente nas TVs Universitárias, assim como a TV UFMS, que conseguiu usar a rede social Facebook a seu favor.

A Internet e as redes sociais, por permitirem a circulação de diversas mídias, entre elas vídeos, fotos e textos, fazem parte do que Jenkins (2009) chamou de convergência. Segundo o autor, o termo refere-se ao fluxo de conteúdo através de diversas plataformas, a cooperação de diferentes mercados de mídia e ao comportamento nômade da audiência dos meios de comunicação, que vão em busca de informação. O Facebook, em especial, ao longo dos anos, transcendeu o seu objetivo inicial de rede de relacionamento interpessoal para uma nova forma de divulgação de conteúdos e marketing.

Assim, ao ver na Internet, e principalmente no Facebook, uma forma de quebrar as fronteiras de alcance à população de Campo grande e do Estado, a TV UFMS mudou o seu modo de produzir. Ainda que sem um público totalmente definido, com o uso das redes sociais, a TV busca quebrar fronteiras e atingir o público sul-mato-grossense e conquistar a comunidade universitária. A produção da TV volta seus olhares a todos da comunidade com o objetivo de divulgar, com qualidade, a pesquisa, projetos e atendimentos gratuitos na sociedade, que a Universidade oferece.

A Internet pede produções diferentes e cativantes, que mantenham o público interessado em vídeos com duração de 1 minuto, assim como também requer materiais que tenham duração de até cinco minutos. Isto fez com que a produção focasse em vídeos mais interessantes, com formatos atrativos e pensasse na formulação de programas que atendessem ao funcionamento interativo social das redes. E agora, ainda que com a essência jornalística, os produtos procuram se adequar à busca dos internautas por conteúdos informativos diferenciados.

É também por isto que a logo da TV e vinheta de programas foram modificados. Para dar mais modernidade à emissora e torná-la atrativa, além de sinalizar a mudança que estava por vir. O estilo minidocumentário também foi um modo pensado para cativar a comunidade universitária, já que possui linguagem audiovisual mais moderna e direta, pois não faz o uso do off jor-

nalístico. Os programas Radar UFMS e Conexão UFMS foram resultado das mudanças iniciadas em 2018 e também uma forma de passar informação com a dinamicidade que a Internet pede, e conteúdo informativo curto, mas consistente e de rápido acesso. E com maior publicação nas redes, há aumento na divulgação da TV Universitária e consequentemente dos locais onde ela é exibida ajuda assim a levar novas pessoas ao Canal Universitário e da Educativa MS, que antes poderiam não saber da sua existência.

4. Resultado em números

Em 2018, pela primeira vez, a produção da TV UFMS passa a ser registrada no Relatório de Avaliação Institucional da UFMS. “Foram produzidos: 118 vídeos, 11 edições do Jornal UFMS para o canal 14 NET; 9 reportagens especiais; e 28 vídeos produzidos para a página UFMS, entre outros”. A partir da parte administrativa da página da TV UFMS no Facebook, foram avaliadas as publicações de reportagens e vídeos, e analisados os números relacionados a pessoas alcançadas, visualizações de vídeo, curtidas, compartilhamentos, comentários, cliques em publicações.

Foram publicados e analisados 98 vídeos ao longo do ano. Em 1º de Janeiro de 2018, a página contava com 1.687 curtidas e, em 31 de Dezembro do mesmo ano, havia 2.178. E o alcance das matérias teve o pico máximo de 5.512 pessoas alcançadas. Os números são significativos, já que a popularidade das postagens e da página aconteceu sem a ajuda de anúncios pagos no Facebook e indicam uma curva ascendente expressiva. A popularidade crescente foi motivadora para maior produção e a criação de novos produtos.

Em 2019, no dia 16 de maio, a página contava com 3.346 curtidas na página oficial, o aumento de 1.168 curtidas é reflexo do aumento da produção de material, postagens no Facebook e indicam o aumento de popularidade da TV.

Além da convergência, pode-se ver também na Internet e nas redes sociais, a prática do que Jenkins (2009) chamou de cultura participativa, em que o espectador quer fazer parte do conteúdo, não é mais passivo, pelo contrário é produtor e consumidor, participa e interage com o conteúdo. É a partir disso

³ **Jornal UFMS**, apresentação do jornal é feita pelas três repórteres, uma a cada vez por semana, e traz notícias, reportagens especiais e stand-ups; **Entrevista**, gravado na sede da TV UFMS, traz um convidado para abordar temas diversificados, bem como assuntos ligados à comunidade universitária. É apresentado por uma das repórteres da TV UFMS; **Todas as Artes**, exalta a arte sob todas as formas: artesanato, pintura, escultura, fotografia, poesia, pesquisa artística, dança, teatro, entre outras. Seu formato é no estilo minidocumentário; **LabJor**, mostra as produções dos alunos do curso de Jornalismo da UFMS. Jornal Laboratório, produções especiais, documentários e Trabalhos de Conclusão de Curso na área do audiovisual; **Conexão UFMS**, boletins informativos sobre eventos, inscrições, editais, entre outros, da Universidade. É exclusivo para as redes sociais da TV e apresentado pelas três repórteres, uma de cada vez. Exclusivo para o Facebook e Youtube; **Radar UFMS**, composto por vídeo de no máximo dois minutos de duração e postado todo sábado nas redes sociais da TV UFMS e UFMS, além de ser veiculado pela Rádio Educativa UFMS 99.9. Apresenta um compilado rápido sobre os principais acontecimentos da semana na UFMS, com narração e fotos ou vídeos sobre os fatos apresentados. Exclusivo para o Facebook e Youtube.

que o Facebook foi uma boa estratégia escolhida para cativar o público, principalmente o acadêmico.

Com o aumento de curtidas na página, houve o aumento de compartilhamentos, comentários e reações em geral relacionados às publicações. Dessa forma, o público também interage com a produção da TV UFMS e divulga o seu conteúdo, além de mandar mensagens no Chat com sugestões de pautas, vídeos especiais e assuntos para serem abordados em programas.

Essa possibilidade de difusão, potencialização de compartilhamento, organização de informação e interação entre as partes é característica da geração Web 2.0, que “refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços Web, linguagem Ajax, Web syndication, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador.” (PRIMO, 2007, p.1) e se encaixa para definir os dias de hoje e ao funcionamento dos usuários das redes sociais.

Por fim, com a análise das publicações, percebeu-se também que as matérias que possuem grande alcance são aquelas em que o aluno é colocado como protagonista. São elas as que mostram trabalhos, projetos e pesquisas dos acadêmicos. Outras que chamam a atenção são as que mostram inovação e serviços à comunidade. Reportagens de grandes eventos e com grande participação dos alunos também se destacam.

A partir disso, além da popularidade da TV entre os acadêmicos, os mesmos usam o compartilhamento de publicações para marcar seu local de pertencimento ao, por exemplo, mostrar que fazem parte de uma pesquisa, projeto ou curso. Consequentemente, o relacionamento dos acadêmicos com a página e a emissora TV UFMS se estreita.

5. Futuro promissor

A TV UFMS, assim como outras TVs Universitárias, busca inovar e se manter ativa e popular em tempos de Internet. Vê no meio on-line e nas redes sociais uma forma de divulgação de conteúdo, quebra de fronteiras territoriais e fortalecimento da imagem e qualidade das TVs Universitárias.

A experiência da TV UFMS com a

rede social Facebook aqui apresentada é o começo de um projeto de renovações e inovações da estrutura da emissora, sempre em busca de melhor divulgação científica e cultura da Universidade, sem perder de vista os interesses da sociedade sul-mato-grossense

Os resultados das mudanças feitas no ano de 2018 começam a ser vistos com maior significância no ano de 2019. Enquanto em 2018, ao longo de um ano, o aumento do número de curtidas foi em média de 400, de janeiro a maio de 2019, foi de 1.200. Isso demonstra que o ano anterior foi palco de preparação e experimentação, mas que está ainda em funcionamento e continuar a trazer frutos, e consequentemente mais mudanças e adequações, em busca de, no futuro, ampliar o alcance e o valor da TV UFMS, contribuindo de forma efetiva para a transformação social e para o acesso ao conhecimento produzido na universidade.

6. REFERÊNCIAS

ABTU – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO UNIVERSITÁRIA. Os meios de Comunicação nas Instituições Universitárias da América Latina e Caribe, 2004. Disponível em <<http://www.unesdoc.unesco.org>> Acesso 16 de maio de 2019.

BRITTOS, Valério; LADEIRA, João; PREVEDELLO, Carine; FINGER, Jessica. Radiodifusão, cabodifusão e internet: os canais das TVs universitárias e suas diferenças. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife (PE). Anais do Congresso Intercom 2011. Recife: Intercom/ Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), 2011.

JENKINS, Henry. Cultura da Convergência. 2. Ed. São Paulo; Aleph, 2009.

MAGALHÃES, Claudio Márcio e MOREIRA, Fernando José Garcia. Rede de intercâmbio de televisão universitária brasileira: uma experiência de difusão científica cultural. Revista ABTU. 2018 - nº 5.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. E-Compós (Brasília), v. 9, p. 1- 21, 2007. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/web2.pdf>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

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

SPENTHOF, Edson Luiz. A importância das rádios e TVs universitárias como laboratórios. Comunicação e Informação. V. 1, n.1, jan/jun., p. 153-156. Goiás: Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, UFG, 1998.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Relatório de Avaliação Institucional. Campo Grande, MS, 2018, 544 p. Disponível em: <<https://www.ufms.br/wp-content/uploads/2019/04/Relat%C3%B3rio-2018.pdf>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL. Resolução nº 482, de 15 de Outubro de 2014. Campo Grande, MS, 2014, p. 146. Disponível em <<http://www.jornalismo.ufms.br/index.php/projeto-pedagogico/>>. Acesso em 16 de maio de 2019.

WAINER, Júlio. Processos de criação e gestão de uma TV Universitária. ABTU - Associação Brasileira De Televisão Universitária, vol 1, nº1, 2014. Disponível em: <https://docs.wixstatic.com/ugd/44b0fc_a1abd0b18d494792bc8ad28b6c2d91a0.pdf>. Acesso 16 de maio de 2019.