



Portal Una TV: Televisão Universitária¹

Hellen Cristine de Oliveira da Costa²

Pedro Cardoso Coutinho³

Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Este artigo elucida o processo de criação e desenvolvimento do portal Una.TV, ferramenta de comunicação digital para os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário UNA (ICA). O portal foi criado pelos estagiários da Agência Laboratório de Comunicação Integrada – Luna – com o objetivo de apresentar os trabalhos acadêmicos desenvolvidos pelos estudantes do ICA em Belo Horizonte.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação digital; TV universitária; portal; internet; publicidade; Agência Laboratório.

1. INTRODUÇÃO

As TVs universitárias são ferramentas de comunicação cada vez mais utilizadas pelas Instituições de Ensino no país. Reconhecidas por unir o cunho acadêmico à versatilidade da produção audiovisual, estas TVs educativas são apreciadas por oferecer aos estudantes a possibilidade de produção de conteúdos, aliando a teoria à prática de forma prazerosa e eficaz. O professor Cláudio Magalhães, membro da ABTU – Associação Brasileira de Televisão Universitária, define o conceito de TV Universitária:

¹ Trabalho submetido ao XIX Prêmio Expocom 2012, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Portal.

² Aluna líder do grupo e estudante do 3º. Semestre do Curso de Comunicação Social com Ênfase em Publicidade e Propaganda, email: hellen_sarah@yahoo.com.br.

³ Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação Social pela UFMG, Professor do Curso de Jornalismo do Centro Universitário UNA email: emailpedrocoutinho@gmail.com.

(...) prevê a produção por Instituições de Ensino Superior (IES) e transmissão por canais de televisão (abertos ou pagos) e/ou por meios convergentes (satélites, circuitos internos de vídeo, internet), quaisquer que sejam eles e que tenham potencial de crescimento de audiência. Ou seja, desde que a produção audiovisual seja realizada pela comunidade acadêmica e saia do ambiente restrito da sala de aula e dos laboratórios, se está fazendo TV Universitária. E a difusão é tão importante quanto a produção, pois é esse o caráter da televisão. (MAGALHÃES, 2003)

O Centro Universitário Una era um dos únicos a não possuir uma TV Universitária, sendo que esta é a única Instituição de Ensino Superior de Minas Gerais a oferecer o curso de graduação em Cinema e Audiovisual. Por esses motivos, a criação de um portal na internet para veicular a TV Universitária Una era de extrema importância.

Sendo assim, o objetivo deste trabalho é apresentar as características da TV digital e, principalmente, elucidar o processo de criação e desenvolvimento do portal Una.TV, ferramenta de comunicação digital para os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual do Instituto de Comunicação e Artes do Centro Universitário UNA (ICA). O portal foi criado pelos estagiários da Agência Laboratório de Comunicação Integrada – Luna – com o objetivo de apresentar os trabalhos acadêmicos desenvolvidos pelos estudantes do ICA em Belo Horizonte.

1.1. A agência

A Agência Laboratório de Comunicação Integrada do Centro Universitário UNA – Luna – atua a sete anos no mercado, oferecendo aos alunos do Instituto de Comunicação e Artes a oportunidade de estagiar na área, colocando em prática a teoria ministrada em sala de aula. A Agência Luna trabalha com produções publicitárias, assessoria e eventos para todos os setores, buscando os melhores desempenhos e resultados, mostrando ao mercado de trabalho a competência de seus estagiários, o que facilita o início de carreira destes.

No momento, são atendidas demandas de setores de todo o Centro Universitário UNA, e ainda produz-se a comunicação de clientes externos, como as empresas Atitude Estética, Nutritiva e Calmon Pré Moldados.

1.2. O cliente e a demanda

A referente demanda chegou à Agência Luna em janeiro de 2012. Una TV é um projeto de Web TV que existe a cerca de três anos, coordenado então pelo professor Cláudio Magalhães, presidente da ABTU (Associação Brasileira de Televisão Universitária), que buscava a criação de um portal de internet que servisse de espaço para veiculação da produção prática realizada pelos alunos. Até então, o conteúdo já produzido era disponibilizado no portal *Unaica.tv* (www.unaica.tv), porém de maneira irregular e com pouquíssimo volume. Ademais, tanto o design quanto a funcionalidade do sítio eletrônico eram deficientes. Sendo assim, foi solicitada no final de 2011 a criação de um novo portal Una TV.

2. OBJETIVO

2.1. TV digital x TV analógica

A televisão, como vários outros meios de comunicação, passa pelo processo de digitalização, e esta convergência provoca grandes mudanças na cadeia de produção e consumo de mídias.

O surgimento e a evolução de novas possibilidades tecnológicas são sempre acompanhadas de um processo de adaptação aos meios em si e ao uso que se faz dos mesmos, ocorrendo muitas vezes a apropriação da linguagem, do estilo e de características de uma mídia por outra. (THURLER, 2005)

A televisão digital não é apenas uma evolução tecnológica da televisão analógica, mas uma nova plataforma de comunicação, cujos impactos na sociedade ainda estão se delineando. No entanto, a tevê analógica não deixa de existir com o surgimento da TV digital. O que se tem é a incorporação de uma nova tecnologia à mídia existente, redefinindo-a.

O formato da imagem, que no sistema analógico era vertical, fica mais horizontal, assemelhando-se à imagem do cinema. A qualidade de imagem e áudio agora são potencializadas graças à capacidade de compressão das informações e o trânsito destas se dar de forma mais rápida no meio digital. No espaço que uma transmissão de TV analógica ocupava é possível agora transmitir vários canais de TV digital e ter total interação entre eles e os espectadores.

Apesar dessa diferença fundamental com relação à TV analógica, a TV digital continua, da mesma forma, a lidar com informações de áudio e vídeo. A diferença básica é que agora os dados passam a ser manipulados na forma digital, o que significa maior qualidade na transmissão dos dados, ausência de interferência devido a conservação da qualidade do sinal e, claro, o agrupamento de todos os sistemas de comunicação existentes.

2.2. A lógica da TV na internet

A TV na internet se apresenta como um processo de *remediação* – conceito que explica o fenômeno de apropriação ou representação de uma mídia por outra – e é característica típica da mídia digital. Assim, “*a internet conhecida como um meio digital e individualizado, incorpora e representa um meio de comunicação tradicional e de massa, a televisão*” (THURLER, 2005).

O conteúdo a ser disposto continua sendo uma produção audiovisual, assim como na TV convencional, no entanto agora é concebido em uma linguagem exclusiva para a *web*, em um formato que permite maior participação do internauta. Na rede, o espectador passa por uma série de mudanças sensoriais e psíquicas proporcionadas pelo computador, e tais interferem na forma como ele recebe e repassa a informação.

Com o advento da Internet as informações uniram as duas características citadas por Harold Innis: podem ser transportadas com facilidade e rapidez para grandes distâncias, ao mesmo tempo em que podem ser armazenadas em arquivos por um longo tempo. (THURLER, 2005)

O internauta, agora espectador, se sente mais próximo do processo de produção da programação, uma vez que pode opinar, modificar e compartilhar o que foi produzido. Além do mais, ele tem maior controle do que assiste ao poder escolher o quê e quando quer acessar o conteúdo que lhe é de interesse.

Acredita-se que o principal trunfo da televisão na internet é a possibilidade do espectador ser consumidor e produtor de conteúdo, tudo ao mesmo tempo. Pelo fato da tevê no meio digital ser assistida de forma individual, e não mais coletiva como no formato convencional, uma vez que o tamanho e distância do monitor não permitem tal situação, o internauta se sente induzido a comentar e compartilhar o conteúdo assistido na rede através das mídias

sociais, fóruns e blogs, fomentando discussões e criando vínculos sociais baseados no ambiente virtual.

Com o agrupamento de diversas mídias em uma e o aumento do fluxo comunicacional com as tecnologias digitais, o indivíduo têm de rever suas relações com os meios de comunicação, pois tal processo provoca mudanças na maneira de se assistir televisão.

3. JUSTIFICATIVA

Para abranger e potencializar todas as vantagens da TV digital, bem como as características vitais da TV universitária na internet, o portal Una.TV precisaria apresentar maior funcionalidade, frisando o compartilhamento dos conteúdos nas redes sociais.

3.1. Cenário: antes da mudança

O portal que antes abrigava o material da Una.TV era confuso, de *layout* carregado e design pouco atraente, graças ao uso de cores fortes e pouco agradáveis. Os vídeos adicionados recentemente ficavam dispostos na página inicial, no entanto, a visualização era difícil e a vinculação às demais redes sociais era ineficiente.



Figura 1 - Tela inicial do portal

No canto superior direito, além da ferramenta de busca, ficavam dispostos os artigos produzidos também pelos alunos do ICA, dos quais a leitura era difícil devido à disposição dos mesmos, bem como o tamanho da fonte.

Havia ainda, no canto inferior direito, outros links como Web Rádio (página que armazenava os programas produzidos pelos alunos e professores), a Biblioteca – que disponibilizava o acervo dos materiais acadêmicos produzidos pelos alunos de Cinema e Audiovisual e Jornalismo -, e Links (lista de links relacionados aos serviços do Centro Universitário Una importantes aos alunos).

O portal apresentava ainda três canais - Cinema, Comunicação e Moda - todos dispostos em uma barra lateral no canto superior esquerdo. Ao clicar em um destes canais, o usuário era direcionado à página que dispunha os vídeos relacionados ao canal de sua escolha.

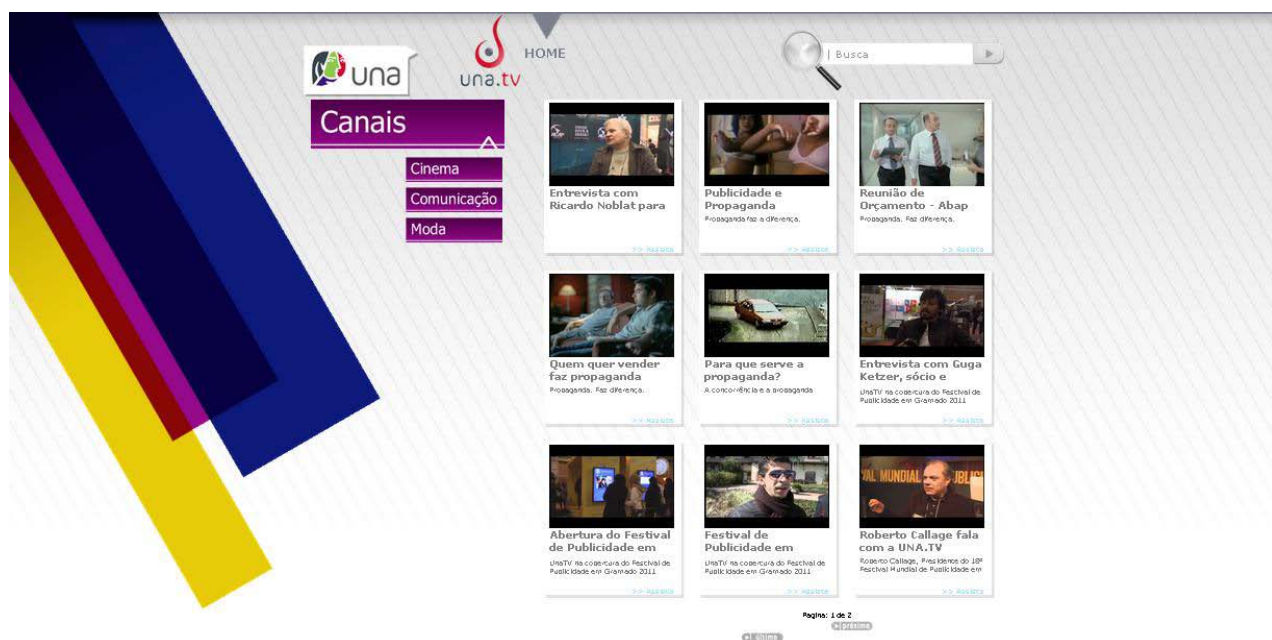


Figura 2 – Página “Comunicação” e os vídeos relacionados

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADAS

Para a reformulação do portal, foi desenvolvida uma nova plataforma para armazenamento dos vídeos, baseada na ferramenta CMO⁴Wordpress. Partindo de um layout básico disponível, os programadores fizeram uso de ferramentas de edição como o Adobe Illustrator e Adobe Photoshop para customizar a interface, alterando o posicionamento de elementos da interface e reconfigurando a paleta de cores do portal.

A diretriz principal deste procedimento foi dupla: utilizar as ferramentas técnicas para, ao mesmo tempo, criar um portal que fosse de rápida compreensão, baseando-se no hábito do usuário com outros portais, mas que ao mesmo tempo possibilitasse uma imersão em algo único, que tivesse a cara da Una.TV.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

5.1. Criação do portal Una.TV

Uma das primeiras medidas acerca do portal foi a definição de um novo domínio, (www.unatv.com.br) e assim, trabalhar na identidade visual do portal Una.TV. O *layout* foi inspirado nas cores da logomarca Una.TV e suas variações, para se criar um visual mais *clean* e focado em ressaltar os vídeos postados.

Os menus foram redefinidos e agora são em: Home; Filmes – subdivididos em categorias quanto ao gênero (Ficção, Animação, Documentário ou Experimental); Programas – Vitrine, Ô Jazz, Desconstruindo o Cinema, Entrevista; Jornalismo – Contramão Hiperlocal, Reportagens, Coberturas Especiais; e Equipe. A organização da informação possibilita ao internauta uma consulta rápida e simples.

⁴ Content-Management System, Sigla que define a plataforma que sustenta o conteúdo do portal, e permite sua atualização através do próprio navegador de Internet.

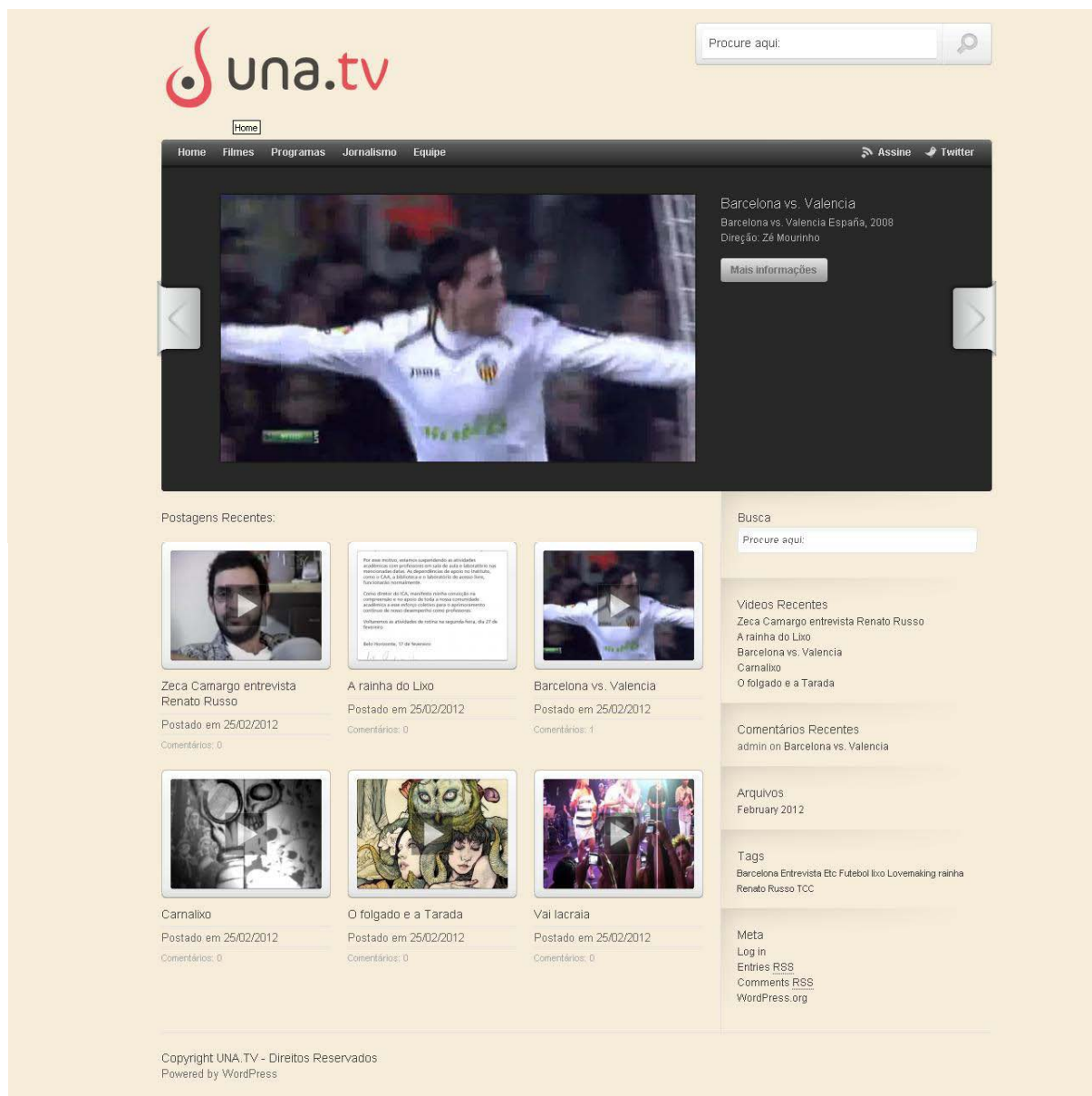


Figura 3 – Tela inicial do Portal Una.TV

Os vídeos postados recentemente continuam dispostos na página inicial, mas agora aparecem em um box em *flash*, com tamanho bem maior e informações de autoria e direção. Abaixo dele, aparecem as demais postagens recentes no canto esquerdo, seguida de data e quantidade de comentários; enquanto no canto direito, uma barra abriga a ferramenta de busca, e a visualização de comentários recentes, arquivo e tags.



Nas páginas internas, o layout mantém a barra de menus na parte superior da tela, e a barra na lateral direita, com a ferramenta de busca, visualização de comentários recentes, arquivo e tags. Há espaço suficiente para texto, que agora apresenta uma fonte maior e mais legível.

Todas as postagens, tanto vídeos quanto textos, disponibilizam links de compartilhamento em redes sociais como Facebook, Google + e Twitter. Os vídeos são armazenados e visualizados em um canal do Youtube, o que também auxilia no compartilhamento. Em todo o portal há espaço para comentários, facilitando a interação dos internautas com o que foi produzido e apresentado.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do Portal Una.TV incorporou mais do que a simples reestruturação de conteúdo e definição de *layout*. Foi preciso compreender o funcionamento de uma TV universitária, entender a dinâmica da TV digital, e, principalmente, avaliar o comportamento dos espectadores diante da inovação que a internet traz.

O novo Portal atendeu às expectativas do cliente, satisfazendo o compromisso de ser mais interativo, de design *clean* e *layout* que facilita a navegabilidade do usuário, tornando o Una.TV uma importante ferramenta de ensino e aprendizado.

REFERÊNCIAS

MAGALHÃES, Cláudio. *TV Universitária: uma televisão diferente*. Disponível em: <<http://www.abtu.org.br>>. Acesso em: 9 mai 2012.

BACCO, Thaisa Sallum. *Televisão universitária online: a experiência da TV UERJ, a primeira do Brasil*. Dissertação (mestrado). Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/pos/mestrado/comunicacao/wp-content/uploads/2010-thaisa-sallum-bacco.pdf>> Acessado em: 08 mai 2012.



FERNANDES, Jorge; LEMOS, Guido; SILVEIRA, Gledson. *Introdução à televisão digital interativa: arquitetura, protocolos, padrões e práticas*. In: Jornada de Atualização em Informática do Congresso da Sociedade Brasileira de Computação, 2004, Salvador. **Anais do JAI-SBC**. 56p. Disponível em: <<http://www.cic.unb.br/docentes/jhcf/MyBooks/itvdi/texto/itvdi.pdf>> Acessado em: 8 mai 2012.

PICCOLO, Lara Schibelsky Godoy; BARANAUSKAS, Maria Cecília C, 2006. *Desafios de Design para a TV Digital Interativa*. Anais do VII Simpósio de Fatores Humanos em Sistemas Computacionais. São Paulo. Disponível em: <http://www.inf.pucrio.br/~milene/materiais_IHC/P001_Piccolo_etal.pdf> Acessado em: 8 mai 2012

NERY, João Elias; LIMA, Vilma Silva. *TV Universitária no Mundo Digital*. In: Comunicação Audiovisual do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 2005. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17766/1/R0481-2.pdf>> Acessado em: 08 mai 2012

MONTEZ, Carlos; BECKER, Valdecir. *TV Digital Interativa: Conceitos e Tecnologias*. In: WebMidia e LA-Web 2004 – Joint Conference. Ribeirão Preto, SP, Outubro de 2004. Disponível em: <<http://www.das.ufsc.br/~montez/publications/2004%20MinicursoWebMidia.pdf>> Acessado em: 08 mai 2012