

3810 UA: um programa de informação universitária no canal público de televisão de Portugal

Fernando Ramos

Professor Catedrático, Director do CEMED, Universidade de Aveiro, Portugal
fmr@ca.ua.pt

João Salvado

Realizador de TV, Universidade de Aveiro, Portugal
joao.salvado@cemed.ua.pt

Ana Bela Dias

Responsável pelos Serviços de Relações Externas, Universidade de Aveiro, Portugal
abela@adm.ua.pt

Resumo:

No âmbito de uma reestruturação da grelha de programas efectuada no início de 2004, o canal 2 (A DOIS) da empresa Rádio e Televisão de Portugal SGPS (RTP), empresa pública portuguesa para a área do audiovisual, convidou a Universidade de Aveiro, entre outras instituições do Ensino Superior, para o estabelecimento de uma parceria tendo por objectivo a produção de um programa semanal, com a duração de 50 minutos, a ser emitido num espaço diário de divulgação das actividades pedagógicas, científicas e culturais realizadas nas Universidades portuguesas. A Universidade de Aveiro foi a única Universidade pública portuguesa que respondeu afirmativamente a este desafio sem precedentes no Ensino Superior em Portugal.

Para pôr de pé este projecto, foi internamente criado um pequeno grupo de trabalho que teve como missão desenvolver o conceito do programa de forma articulada com a estratégia de comunicação institucional da Universidade, que integra outros instrumentos orientados para os diferentes públicos internos e externos baseados em canais diversos, nomeadamente: a comunicação social, a Internet, as publicações periódicas e o contacto directo.

O trabalho preparatório de concepção, constituição do núcleo base da equipa e de aquisição e disponibilização dos meios técnicos iniciais decorreu durante os meses de Abril e Maio de 2004, tendo as emissões sido iniciadas no dia 1 de Junho de 2004. Desde essa data o programa tem sido emitido semanalmente, com excepção dos períodos de férias de Agosto e Natal.

Nesta comunicação é apresentado e discutido o modelo de programa adoptado, nomeadamente no que respeita à organização da grelha do programa, à estratégia editorial e ao envolvimento de alunos da Universidade na produção e realização, sendo, ainda, apresentada a estrutura da equipa constituída bem como os meios técnicos afectados a este projecto. Finalmente, são apresentados os resultados de audiências e discutidos os principais retornos, para a Universidade de Aveiro, do investimento e trabalho realizados.

Abstract:

In the scope of a reorganization of the program schedule carried in 2004, the channel 2 (A DOIS) of Rádio e Televisão de Portugal SGPS, the Portuguese public broadcaster invited the University of Aveiro, among other Higher Education institutions, to establish a partnership aiming at the production of a 50 minutes weekly program, to be broadcasted within a daily space created for promoting pedagogical, scientific and cultural activities carried through at the Portuguese Universities. The University of Aveiro was the only Portuguese public University that accepted this challenge without precedents in Higher Education in Portugal.

A small taskforce group was created with the mission to develop the concept of the program articulated with the institutional communication strategy of the University, that integrates other instruments focused on the different internal and external publics. This is achieved through diverse channels, including the social communication, the Internet, the periodic publications and the direct contact.

The preparatory work of the development of the program's concept, the set up of the team's basic nucleus and the acquisition and installation of the technical infrastructure was carried during the months of April and May 2004. The emissions started on the 1st of June 2004. Since this date the program has been emitted weekly, with the exception of the vacation periods of August and Christmas.

The program model adopted is presented and argued in this communication. This includes the organization of the grate of the program, the involvement of the University students in its production, as well as the human and technical resources required. Finally, the results of audiences and the main institutional outcomes are presented and discussed.

Palavras chave: Televisão Universitária; Comunicação Interna; Comunicação Externa; Televisão Pública; Universidade de Aveiro.

1. O desafio

A RTP-Rádio e Televisão de Portugal SGPS¹, empresa pública Portuguesa para a área do audiovisual, dispõe de dois canais de televisão generalistas: a RTP1 e o canal 2 (A Dois). Apostada numa estratégia de segmentação do mercado, a RTP pôs em prática no início do ano 2004 um plano de reestruturação do canal 2 (A 2:), em que um dos objectivos centrais foi o estabelecimento de parcerias com entidades públicas e privadas que dinamizassem e diversificassem os conteúdos e públicos do canal.

Uma das áreas de parceria identificadas pela RTP foi a das instituições do Ensino Superior com cursos nas áreas da Comunicação. Nesse sentido a RTP convidou um conjunto destas instituições para se associarem ao projecto através da produção de um programa semanal de 50 minutos, a emitir diariamente a partir da 1h00. A definição dos conteúdos foi deixada ao cuidado de cada instituição, embora a RTP tenha sugerido a ideia deste espaço da grelha poder ser encarado como uma oportunidade de formação de alunos.

Este desafio foi lançado à Reitoria da Universidade de Aveiro que, após um curto período de reflexão sobre o interesse estratégico desta iniciativa, respondeu afirmativamente ao convite recebido. Foi, aliás, a única Universidade pública a aceitar envolver-se neste projecto, e fê-lo em condições particularmente desafiadoras, dada a in experiência na produção de televisão.

Do ponto de vista da Universidade de Aveiro foi considerado que esta oportunidade complementava, de forma vantajosa, a estratégia de comunicação institucional existente, que se materializa, com base num plano de comunicação anualmente estabelecido, através de múltiplos canais: presença permanente na comunicação social através da divulgação de *press releases*, canais de comunicação interna (jornal on-line², correio electrónico), acções de comunicação e divulgação directas dirigidas aos alunos prospectivos, que constituem o principal público-alvo da vertente formativa da Universidade, realização de eventos de divulgação das actividades de investigação e desenvolvimento (Semana Aberta da Ciência e da Tecnologia, Dia Aberto, nomeadamente).

Esta reflexão determinou, igualmente, uma definição clara dos públicos-alvo do programa: alunos prospectivos e respectivas famílias, junto dos quais se pretende melhorar o nível de conhecimento da oferta formativa da Universidade e das condições de trabalho oferecidas aos alunos; público geral dos segmentos alto e

médio-alto, junto de quem se pretende reforçar a imagem de qualidade que a Universidade de Aveiro desfruta tanto a nível nacional como internacional.

O trabalho preparatório de concepção, constituição do núcleo base da equipa e de aquisição e disponibilização dos meios técnicos iniciais decorreu durante os meses de Abril e Maio de 2004, tendo as emissões sido iniciadas no dia 1 de Junho de 2004. Desde essa data o programa tem sido emitido semanalmente, com excepção dos períodos de férias de Agosto e Natal.

2. Desenvolvimento do conceito de programa

Um dos primeiros problemas que se colocou à equipa responsável pelo programa foi a definição de um conceito de programa, traduzido em tipos de conteúdos, que norteasse as estratégias de constituição da equipa e de aquisição dos meios técnicos e operacionais.

O título escolhido para o programa foi 3810UA, que remete para o código postal da Universidade de Aveiro (3810) associado ao acrónimo da designação da instituição (UA). Este título permite várias leituras interessantes do ponto de vista comunicacional, nomeadamente ser a morada para que se pretende despertar o interesse dos alunos prospectivos, um dos principais públicos-alvo do programa. Este título lido na forma ritmada trinta-e-oito-dez-ua é facilmente memorizável e tem uma sonoridade agradável que permite obter alguns efeitos interessantes. Por outro lado permite uma ligação directa e inequívoca do programa à Universidade de Aveiro.

O formato escolhido para o programa foi de magazine de informação, constituído por um conjunto alargado de segmentos de informação - reportagem - de duração limitada a alguns minutos cada (tipicamente entre 3 e 6 minutos). Por forma a contribuir activamente para a estratégia de promoção e divulgação das actividades da Universidade de Aveiro, foi decidido focalizar o programa na divulgação da oferta formativa da Universidade, de resultados de projectos de investigação em curso e na promoção e reportagem de uma selecção dos principais eventos sociais, culturais e científicos que, diariamente, ocorrem nas diversas unidades da Universidade de Aveiro. Para além destes optou-se, ainda, pela inclusão de outros temas envolvendo aspectos da região de Aveiro enquanto relevantes para a caracterização e divulgação da envolvente sócio-económica da Universidade de Aveiro.

Um outra opção inicial foi a de permitir a existência de rubricas regulares, destinadas a constituírem espaços temáticos que pudessem ajudar a fixar públicos interessados em assuntos específicos.

3. Recursos humanos e técnicos

A Reitoria da Universidade de Aveiro tomou a decisão de enquadrar o projecto no CEMED-Centro de Multimédia e de Educação a Distância, atitude que se justifica por ser a unidade que sedia as competências da Universidade na área dos audiovisuais. No entanto foi claramente definido, desde o primeiro momento, a necessidade de envolvimento activo das restantes unidades e serviços da Universidade, em particular dos Serviços de Relações Externas, responsáveis pela comunicação institucional, e do Departamento de Comunicação e Arte, que dispõe de competências científicas, técnicas e pedagógicas específicas nas áreas das ciências e tecnologias da comunicação, do design e da música.

No entanto, cedo foi compreendido que os recursos humanos e técnicos existentes não seriam suficientes para garantir a produção semanal de um programa de televisão de 50 minutos, pelo que foi necessário criar uma equipa específica e reunir os meios técnicos indispensáveis.

3.1. A equipa

O primeiro passo para a constituição da equipa foi a contratação de um realizador de TV com provas dadas na condução de equipas e de projectos de inovação. O perfil deste profissional teria de aliar a experiência em ambientes de trabalho profissionais, em que o rigor dos procedimentos é condição essencial para a obtenção de um produto final de alta qualidade, com a disponibilidade intelectual para dialogar com a comunidade universitária que, frequentemente, aceita com dificuldade a “intrusão” de estranhos em particular de profissionais da área da comunicação social.

Após a contratação do realizador iniciou-se o processo de constituição da equipa de jornalistas, tendo-se optado pela contratação de jovens recém-licenciados, com reduzida experiência. A opção por colaboradores com este perfil deveu-se, entre outras razões, à maior facilidade de integração numa equipa e num projecto em formação. No entanto, a equipa foi temporariamente reforçada por profissionais experientes na área do jornalismo, o que permitiu a obtenção rápida de resultados em paralelo com a formação dos mais jovens.

Também nas áreas de repórteres de imagem e editores de imagem se optou pela contratação de colaboradores jovens, complementada com a colaboração pontual de profissionais experientes. Finalmente, e também nos mesmos moldes, foi constituída uma pequena equipa de produção, responsável por gerir os meios logísticos necessários à concretização das operações de reportagem.

A colaboração de alunos no projecto, numa base regular, revelou-se mais difícil do que o inicialmente previsto, dado que os alunos têm compromissos prioritários com as suas actividades académicas que nem sempre permitem a disponibilidade de tempo compatível com as necessidades de produção. No entanto, a concepção da imagem gráfica e sonora do programa é da responsabilidade integral de alunos das licenciaturas em, respectivamente, Design e Ensino de Música da Universidade Aveiro num exemplo feliz de interpretação criativa, a partir de um briefing da equipa responsável sobre o formato e o estilo visual pretendidos. Registe-se, ainda, a colaboração de alunos na função de *pivots* da apresentação do programa e, pontualmente, em funções técnicas relacionadas com a operação de câmaras e edição áudio e vídeo, pesquisa e documentação, arquivo e visionamento e assistência à produção.

3.2. *Os meios técnicos e logísticos*

A inexistência no CEMED de meios técnicos compatíveis com a sobrecarga de trabalho resultante do projecto, determinaram a aquisição de um conjunto de meios técnicos, de que se destaca um sistema digital de edição não-linear de áudio e vídeo que integra um servidor com capacidade de armazenamento de 120 horas de vídeo e três estações de edição. Foram, ainda, adquiridos outros dispositivos, nomeadamente: câmaras digitais e microfones; uma cabina insonorizada para sonorização e locução; um sistema de teleponto portátil uma objectiva grande-angular para câmara digital, um “FIRESTORE” (FS-3), sistema de aquisição de imagem digital durante a filmagem, com capacidade de gravação de 184 minutos em modo DV CAM, que permite débito directo da câmara para a edição; um computador fortemente vocacionado para área gráfica e de manipulação de imagem com as ferramentas de software apropriadas. Para apoio às deslocações da equipa foram, ainda, disponibilizadas duas viaturas em regime de exclusividade.

4. Estrutura da grelha de programa

A estrutura da grelha de programa adoptada reflecte a opção por um programa de informação, baseado em reportagens de duração reduzida e com algumas rubricas que funcionem como âncoras fixadoras de públicos interessados em temáticas específicas. As principais áreas temáticas e rubricas têm sido, assim, as seguintes:

a) áreas temáticas:

- divulgação das facilidades do campus universitário (instalações, serviços, etc);
- divulgação da oferta formativa (pós-graduação, graduação, formação pós-secundária);
- divulgação de actividades de investigação (projectos, parcerias, resultados, equipas);
- divulgação de eventos solenes (abertura do ano, entrega de diplomas, comemoração do aniversário)
- divulgação de actividades culturais (conferências, concertos, lançamento de livros, etc);
- divulgação de actividades dos estudantes (actividades dos núcleos da Associação Académica, integração dos novos alunos, etc);
- divulgação de trabalhos de alunos na área do audiovisual (curtas metragens).
- divulgação da região de Aveiro (gentes e cultura).

b) rubricas:

- Minuto Internet: rubrica de curta duração (1 minuto) de divulgação de temas na área das novas tecnologias;
- Memórias: depoimentos de personalidades sobre as suas experiências como alunos universitários bem como as suas perspectivas sobre o presente e o futuro do Ensino Superior em Portugal.

Presentemente estão em curso trabalhos tendentes à diversificação e criação de novas das rubricas, incluindo o estabelecimento de parcerias com outras entidades que possibilitem a criação de espaços temáticos de interesse alargado para os diferentes públicos-alvo.

A tabela 1 exemplifica a estrutura típica da grelha do programa (alinhamento do programa emitido em 11 de Janeiro de 2005).

Duração	Duração acumulada	Conteúdo
0:16	0:16:00	Genérico Inicial Pivot
1:30	1:46:00	Saudação Reitora UA - Ano Internacional Física Pivot
1:16	3:02:00	Depoimento Dias Urbano - Comissário Nacional AIF Pivot
0:50	3:52:00	Depoimento José Fernando Mendes - Dep. Física
0:15	4:07:00	Promo 1 - Macinhata do Vouga - Dia da Floresta Pivot
3:30	7:37:00	Comemorações do 31º Aniversário da UA Pivot
4:12	11:49:00	8º Forum Estudante - FIL, Parque das Nações Pivot
4:02	15:51:00	8º Forum Estudante - Stand UA - "Mentes Brilhantes" Pivot
3:57	19:48:00	OPDS - Observatório Permanente Desenvolvimento Social Pivot
3:44	23:32:00	Dia Mundial Direitos Humanos Pivot
5:51	29:23:00	Macinhata do Vouga - Dia da Floresta
0:15	29:38:00	Promo 2 - CICUA Pivot
3:28	33:06:00	Casa Major Pessoa, Reabilitação Pivot
7:08	40:14:00	CICUA - Centro de Informática e Comunicações da UA
0:15	40:29:00	Promo 3 - Grupo de Flautas do DeCA Pivot
3:04	43:33:00	Exposição - Esculturas na UA Pivot
4:28	48:01:00	Grupo de Flautas - DeCA Pivot despedida + e-mail
0:24	48:25:00	Ficha Técnica + Genérico Final

Tabela 1: Exemplo de grelha do programa (alinhamento da emissão de 11 de Janeiro de 2005).

5. Identidade gráfica e sonora

A identidade gráfica e sonora do programa foi, integralmente, concebida e desenvolvida por alunos das licenciaturas em, respectivamente, Design e Ensino de Música da Universidade de Aveiro.

As figuras seguintes exemplificam as soluções desenvolvidas para a identidade gráfica. A figura 1 mostra algumas imagens do genérico de abertura, e a figura 2 imagens dos genéricos das rubricas Minuto Internet e Memórias.

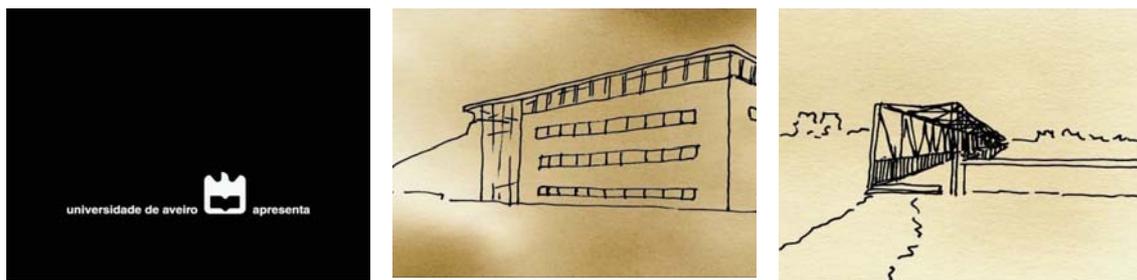


Figura 1: Imagens do genérico de abertura.



Figura 2: Imagens dos genéricos das rubricas Minuto Internet e Memórias.

6. Historial resumido das emissões

Desde o início das emissões, em 1 de Junho de 2004, até à presente data (9 de Fevereiro de 2005), foram emitidos **24** programas com a duração total de **21:55** horas. As emissões foram suspensas durante os períodos considerados de maior desmobilização dos público-alvo, isto é, em Agosto e durante o período das festividades do Natal e Ano Novo.

A tabela 2 resume o historial das emissões por temas e rubricas.

Tema/rubrica	% do tempo total
Divulgação das facilidades do campus	30,79%
Divulgação da oferta formativa	9,03%
Divulgação das actividades de investigação	7,04%
Divulgação de eventos solenes	6,11%
Divulgação de actividades culturais	21,14%
Divulgação de actividades dos estudantes	9,3%
Divulgação de trabalhos de alunos na área do AV	2,5%
Minuto Internet	2,26%
Memórias	8,01%
outros	3,82%

Tabela 2: Resumo do historial das emissões por tema e rubrica.

7. Impacto

Uma das principais preocupações da equipa responsável pelo programa tem sido avaliar qual o impacto efectivo que o programa tem tido junto dos seus públicos-alvo prioritários. Embora esta tarefa seja de grande complexidade, tem-se procurado efectua-la com base nos resultados de audiência fornecidos pela RTP e na observação das reacções recebidas através de vários meios, nomeadamente através de correio electrónico através do endereço criado especificamente para esse efeito (3810@UA.pt).

7.1. Audiências

A RTP fornece, semanalmente, os resultados da avaliação quantitativa da audiência que é elaborada por entidades independentes. Os resultados fornecidos materializam-se no parâmetro *share*, que exprime a percentagem de tempo que os espectadores dedicam ao programa do total de tempo que estão a ver televisão durante o tempo de transmissão do programa..

A figura 3 apresenta os resultados do *share* registado pelo programa ao longo das diferentes emissões, das quais os resultados foram disponibilizados pela RTP.



Figura 3: Evolução do *share* das emissões do programa.

A variabilidade do *share* alcançado depende, em boa parte, das opções de oferta existentes noutros canais. É interessante, no entanto, notar que o *share* médio global do canal 2 está estimado em cerca de 4%.

7.2. *Reacções do público exterior à comunidade da Universidade de Aveiro*

Um dos aspectos mais positivos deste projecto tem sido a reacção dos espectadores, normalmente manifestada através de correio electrónico através do endereço especialmente criado para o efeito (3810@UA..pt). A esmagadora maioria das opiniões recebidas é francamente positiva, havendo mesmo algumas reacções entusiásticas. As principais sugestões recebidas recomendam o aumento de atenção em temas do interesse dos autores, o que revela que o programa é considerado como podendo dar um contributo relevante na divulgação desses temas.

As principais críticas recebidas dizem respeito a alguma falta de à vontade manifestada pelos apresentadores, o que deriva da inexperiência desses colaboradores a que não alheia a falta de formação específica.

Das muitas mensagens de encorajamento recebidas, destacamos uma recebida através de email, cujos excertos mais significativos se reproduzem em seguida, que exprime bem o tipo de reacções que um programa deste tipo pode ter.

“Acabei de ver o vosso Programa na TV. Embora a horas tardias, vale a pena pensar que há jovens que, por um lado, são devidamente enquadrados pelas instituições, e, por outro, que mostram garra para concretizar Projectos - como este que, sendo um trabalho de divulgação, é também uma mostra de cidadania.

...

A minha filha mais velha - aluna brilhante - entrou e saiu, este ano, do 1º ano do Curso de Ensino Superior a que se candidatara como primeira escolha - em Física, no

Ontem, anunciou que a Universidade de Aveiro lhe parecia apropriada para recomeçar, no próximo ano lectivo, os estudos.

...

Hoje, mesmo sem saber como funciona o Curso de Física, fiquei convencida.

A UA passou [através do 3810UA] uma imagem de preocupação na Formação dos discentes e na construção de um espírito universitário muito diferente das manifestações costumeiras - essas sim, "rascas" - das gerações que merecem outros horizontes.

Um grande obrigada aos docentes e discentes envolvidos no grande Projecto Educativo da vossa UA.”

7.3. *Alguns efeitos na comunidade da Universidade de Aveiro*

Também no seio da comunidade da Universidade de Aveiro se verificaram reacções curiosas, algumas das coisas inesperadas mas de interesse indiscutível.

A esmagadora maioria dos membros da comunidade manifesta orgulho no programa, ou antes, manifesta orgulho por pertencer a uma organização que se apresenta na televisão através deste programa. Este efeito, não previsto, é muito interessante porque contribui, activamente, para o reforço do sentimento de pertença à organização dado aumentar os níveis de auto-satisfação.

Outro efeito não esperado é o aumento da disponibilidade dos membros da comunidade, em particular dos dirigentes, dos docentes e dos investigadores, para divulgarem as suas actividades e opiniões. Este efeito é, igualmente, muito interessante dado que a qualidade da comunicação dos membros da comunidade universitária influencia muito significativamente a opinião que os públicos-alvo têm da Universidade, em particular de uma Universidade que se assume como apostada no reforço da ligação com a sociedade envolvente.

Finalmente não pode deixar de ser referido o efeito na comunicação interna do programa, dado que permite divulgar, junto dos membros da comunidade, actividades e iniciativas que poderiam passar despercebidas devido à falta de atenção a outros meios de divulgação e às limitações próprias desses meios.

8. Conclusões

Cerca de um ano após o lançamento do desafio para a produção de um programa semanal de televisão de divulgação das actividades da Universidade de Aveiro, consideramos que o desafio foi, no essencial, ganho, tendo mesmo sido superadas algumas das expectativas iniciais.

Tanto as reacções dos públicos-alvo externos como dos membros da comunidade são francamente positivas, reforçando a noção da importância da complementaridade dos diferentes meios de comunicação na afirmação da imagem institucional.

Pese embora o esforço efectuado de envolvimento de alunos na produção e realização do programa, o nível de contributo conseguido é relativamente reduzido nomeadamente no que se refere a colaboração continuada. Já no que respeita a colaboração pontual para a concretização de uma tarefa específica, sem prazos muito apertados nem envolvendo regularidade, os resultados são encorajadores. É, por exemplo, o caso da concepção da imagem sonora e gráfica do programa.

¹ <http://www.rtp.pt>

² www.ua.pt/uaonline