

A EQUAÇÃO DAS TRILHAS DIGITAIS PARA AS MÍDIAS DE EXPERIMENTO UNIVERSITÁRIO¹

prof. dr. Alvaro Benevenuto Jr²
Universidade de Caxias do Sul

Resumo

O ensaio apresenta uma reflexão acerca dos caminhos que as mídias universitárias tendem a seguir a partir do apagão analógico do sistema de radiodifusão brasileiro. Ele se detém no caso da TV UNISINOS, que em maio de 2016 anunciou sua definitiva migração para o ambiente digital de difusão, seguindo a trilha da emissora de rádio da mesma universidade, em novembro de 2015. Este fenômeno, que não se restringe aos ambientes universitários, dá sinais de mudanças nas operações do sistema de radiodifusão nacional ou é apenas uma ocorrência menor e pontual para os ambientes universitários? Seria a manifestação latente de uma nova tendência de consumo para os conteúdos midiáticos digitais? É uma pressão da economia das organizações educacionais que pode repercutir numa melhor qualidade de formação profissional? São questões que o texto não resolve, mas se propõe a fomentar o debate.

Palavras-chave

Migração digital, TV Unisinos, economia da mídia, conteúdos digitais, formação profissional

Introdução

O anúncio da revogação do acordo de retransmissão da grade do Canal Futura e do fechamento das operações em canal aberto feito pela coordenação da TV UNISINOS em maio de 2016 (COLETIVA, 2016) pode passar despercebido pelo grande público, parecendo ser interpretado como uma atitude da Universidade para adequar sua equipe operacional diante de um cenário socioeconômico incerto? Sim: à primeira vista a notícia parece ser simplesmente uma “prestação de contas” para o fechamento de postos de trabalho da área técnica e de conteúdos da emissora de televisão da Universidade, fundada

¹ Trabalho apresentado no GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciências da Comunicação (2005, UNISINOS), com estágio pós-doutoramento em Comunicação (2014, UCB). Professor pesquisador do corpo permanente do PPG História da UCS, coordenador do curso de Jornalismo e professor de Produção de Jornalismo Audiovisual e de Projetos Culturais e Marketing na UCS, Rio Grande do Sul, Brasil. afmbenej@ucs.br

em 13 de agosto de 2000 e com operação em canal aberto no Vale dos Sinos e região, desde 2004.

Esta notícia, ao ser lida com mais atenção, dá pistas de um outro fenômeno entre os agentes da radiodifusão brasileira, tendo em vista o crescimento dos acessos aos conteúdos midiáticos pelas novas plataformas digitais e o crescimento do número dos usuários de dispositivos móveis de comunicação, especialmente os *smartphones* (BRASIL, 20115): a tendência do abandono das operações tradicionais em radiodifusão e a consequente migração para o ciberespaço.

Com esta anotação começam a emergir questionamentos para compreender este fenômeno muito recente que, de imediato, fomenta a construção de três hipóteses para o macroambiente da radiodifusão (e que merecem ser explorados doravante, em outro texto): (1) a queda das audiências das emissoras de televisão cobra atitudes de vanguarda dos atores da programação, num suporte diferente; (2) os custos econômicos para digitalizar as emissoras geram desinteresse dos operadores em manter-se na radiodifusão e (3) a digitalização do espectro brasileiro é um processo que ainda depende de um marco regulatório rígido e de um processo de fiscalização com menor incidência política.

Neste texto, propõe-se observar o fenômeno das emissoras universitárias, a partir do anúncio da TV UNISINOS, para o qual apresentam-se também três hipóteses: (1) o cenário econômico incerto instigou a Instituição a encontrar uma solução de baixo custo para manter seus canais de comunicação externos (e públicos) em operação; (2) a expansão das novas plataformas digitais de comunicação aliada ao crescimento do uso de dispositivos móveis digitais aponta para um novo comportamento de acesso aos conteúdos midiáticos e (3) a universidade descarta a operação em mídias tradicionais para investir na pesquisa em novos ambientes midiáticos.

1. Espaços de comunicação e de experimentação midiática

Até as últimas décadas do século 20, os espaços triviais de experimentação midiática nas escolas de comunicação brasileiras se restringiam a laboratórios de fotografia, de impressos, rádio e televisão. Neles locais, produziam-se conteúdos de distintos matizes (desde a reprodução do modelo da mídia padrão comercial, até projetos de comunicação alternativa) para suportes tradicionais, isto é: papel, rádio e televisão.

Os jornais tinham sua distribuição “mano a mano”, sem demandar grandes artimanhas para isso. No rádio, os conteúdos eram difundidos localmente, usando a tática

do rádio-poste. Já em televisão e vídeo, a distribuição dos conteúdos eram feitos de modo mais restrito ainda, usando a tática da conhecida TV Muro ou de circuitos fechados de vídeo³. As opções de distribuição utilizadas decorreriam das condições técnicas daquela época, quando a tecnologia e o tamanho dos equipamentos (dispositivos) tornavam o transporte, a instalação e a operação muito complexas e dependente de equipes de especialistas.

Passados 20 anos, os dispositivos de reprodução (*players*) entraram num ritmo frenético de miniaturização, de multifuncionalidade, de individualização e de popularização – apesar das inúmeras barreiras para a usabilidade plena – que o acesso aos conteúdos midiáticos, independentemente de suas características técnicas, transformou-se numa atitude quase que exclusiva do espectador. E não somente o acesso a eles, mas também a produção e difusão de novas mensagens ficaram à disposição dos indivíduos que possuem as credenciais de operação dos equipamentos⁴.

Na mesma proporção, os avanços técnico-operacionais do ciberespaço (internet, repositórios, sites, *blogs*, *vlogs*, *podcasts*, etc...) ampliaram as oportunidades de disponibilização dos conteúdos midiáticos para o livre acesso, desde que cumpridos os protocolos para tal atitude. Isso representa que o indivíduo pode ler/ver/ouvir qualquer conteúdo midiático, em qualquer situação e localidade⁵.

Noutro quadrante da arena da comunicação, as duas últimas décadas do século 20 abriram oportunidades para entrada de novos operadores de radiodifusão, com a chamada para concessão de canais de rádio e televisão educativos destinados preferencialmente às instituições de ensino. A cabodifusão (1995) abriu a janela para os canais de uso público e gratuito, dentre eles, os canais universitários destinados às produções das instituições de ensino superior (IES). Estes dois acontecimentos compõem o cenário de ingresso relevante das IES no mundo da difusão além muros de seus programas de TV, acompanhando o que acontecia com as emissoras de rádio das universidades.

³ Rádio-poste surge como um modo de distribuição dos conteúdos sonoros por um sistema de alto-falantes dispostos em ambientes de grande circulação. Quando de seu lançamento, os auto-falantes eram fixados em postes, justificando assim o nome. Já no caso do vídeo, a distribuição dos conteúdos ocorria por um sistema de distribuição privado, com monitores dispostos em locais de relevante afluência de público. Este modelo ficou conhecido como TV Muro (Bairro do Bexiga, em São Paulo) ou Metal TV (Sindicado dos Metalúrgicos de São Bernardo do Campo), em fins da década de 1980, quando as lutas sociais contemporâneas se encontravam em plena reorganização. Ver a sobre isso, entre outros: FESTA, 1990, SANTORO, 1989, BENEVENUTO JR., 1998/2005.

⁴ Entende-se como credenciais de operação todos os quesitos necessários para a fruição dos conteúdos digitais, sejam eles de caráter intelectual, de habilidade técnica e econômicos, como a aquisição dos equipamentos e o pagamento das taxas para a sua manutenção.

⁵ Desde que dadas as condições mínimas de captação da transmissão.

Especialmente, a partir de 1995, verificam-se mobilizações das IES para montar suas equipes de produção audiovisual, sejam elas de caráter estritamente profissional, sejam como extensões dos laboratórios de rádio e TV. Este movimento demarcou a entrada definitiva das IES na operação das emissoras de TV. No Rio Grande do Sul, num curto tempo observou-se a inauguração dos polos produtores de TV na região metropolitana de Porto Alegre envolvendo PUC-RS, UFRGS, IPA, FAPA, ULBRA; no Vale dos Sinos (UNISINOS e FEEVALE), na Serra (UCS); Vale do Taquari (UNISC e UNIVATES) e Planalto (UPF), que montam suas unidades produtoras para entrar na TV a cabo. Já no espocar de 2000, observam-se a inauguração das emissoras de canal aberto (UHF) no Vale dos Sinos (UNISINOS) e Serra (UCS).

2. A TV UNISINOS como ponto de partida

No embalo dos arranjos institucionais para ocupar os espaços da cabodifusão em 1995, a UNISINOS, a partir das experiências da implantação de sua emissora de rádio (1990), abriu a janela para professores e técnicos de laboratório elaborarem projetos com objetivo de entrar neste novo ambiente com competência. É importante registrar que propostas de difusão de conteúdos audiovisuais em sistema alternativo (circuito fechado) vinham desde ao final da década de 1980, por iniciativa da coordenação do laboratório de televisão⁶, mesmo que esporadicamente.

Na cena nacional, em 1994, a implantação de circuitos fechados de televisão TV ganhou importante impulso, muito em função do papel que a comunicação, entre elas a modalidade alternativa, alcançava contexto nacional. Na arena da televisão, os indícios dos canais de uso público e gratuito informavam que seria um caminho sem volta e quem estivesse preparado para ocupar o espaço assumiria o pioneirismo, com todos os direitos a erros e acertos⁷. A equipe da TV UNISINOS já tinha este projeto em mãos e estava pronta para ocupá-lo. Ele propunha ser um espaço de qualificação acadêmica para os estudantes das carreiras da Comunicação Social. Um laboratório avançado para experimentar linguagens audiovisuais. Mas a universidade estava fora da área de exploração da TV a cabo da região metropolitana e teve que adiar a operação neste campo.

A equipe teve mais um tempo para repensar e adequar o projeto; tempo para negociações internas e tempo para reflexão acerca da composição das equipes de produção

⁶ Um dos principais articuladores deste projeto era o então técnico de laboratório Liceo Piovesan (hoje professor doutor que decidiu estar no mercado da internet) e o técnico de laboratório Vergílio Adami, já falecido, ex-seminarista da ordem dos Jesuítas.

⁷ Ver em BENEVENUTO JR, 2005, cap. 2.

dos conteúdos. A grande dúvida continuava: compor o time de produtores com estudantes ou com profissionais... A primeira ideia vinha ao encontro do programa de formação profissional de jornalistas, publicitários e relações públicas, cada um desenvolvendo suas atividades características no conjunto da produção audiovisual (permitindo até extrapolar o característico de cada função, reproduzindo o cotidiano). Uma alternativa de preparo de equipes isentas de vícios processuais⁸ e mais comprometidas com o cotidiano da TV. (BENEVENUTOJR; KIELING, 1997). A outra, profissionalizar toda a produção, respondendo, assim, às cobranças da estética da TV, consolidada no imaginário local.

A proposta circulou por várias instâncias universitárias enquanto as IES da região metropolitana começavam a ocupar os espaços do canal universitário da TV a cabo, entre os anos de 1995 e 1997, sob críticas da novidade na televisão. Neste ínterim, o Vale dos Sinos aguardava a implantação da cabodifusão, o que aconteceu em 1998, em Novo Hamburgo. O sistema chegou em São Leopoldo um ano depois⁹.

Nestas idas e vindas do projeto, a decisão institucional acabou sendo pela montagem de uma equipe composta por duas dezenas de profissionais altamente qualificados, aquisição de equipamentos de última tecnologia e distanciamento relevante da academia, apesar de a equipe ser composta por alguns poucos estagiários. Decisão que implicou em investimentos vultosos para a IES e sua mantenedora.

Durante os 15 anos de operação da TV UNISINOS, canal 58 UHF no Vale dos Sinos, muitos foram os conteúdos locais realizados – este foi o mote da produção do canal -, buscando acertivamente a integração da academia com a comunidade. eram geradas 5 horas de programação própria e inédita diária e o restante do tempo e transmissão, inseriam-se conteúdos produzidos pela TVE RS e/ou TV Cultura e Educativa nacional. Esta grade exigia grande envolvimento das equipes de especialistas e técnico-operacional.

Porém, em determinado momento de 2003, aconteceu a integração ao Canal Futura. Foi um convênio que fortaleceu a inserção da emissora no espectro de rede nacional de televisão cultural e educativa, e implicou na redução das produções próprias e, conseqüentemente, na redução das equipes profissionais.

⁸ Entendendo como vícios processuais aqueles comportamentos observados nas equipes de produção audiovisual não jornalísticas, especialmente quando há conflitos funcionais para encontrar uma solução de problemas advindos da própria realização do trabalho.

⁹ Conforme o modelo regulador da cabodifusão, os usuários dos canais públicos são aqueles que estão na área de operação das concessionárias, isto é, de âmbito municipal e/ou de área de distribuição dos sinais. Como a UNISINOS fica em São Leopoldo, vizinho de Novo Hamburgo, ela não tinha direito de usar o Canal Universitário.

Na esteira das reduções de produção de conteúdos e dos espaços na grade da rede, as mudanças no ambiente macro da televisão brasileira, a partir da digitalização do espectro, provocaram novas mudanças no projeto da TV UNISINOS. A migração para o ambiente digital exige investimentos pesados em projeto técnico e aquisição de transmissores e outros aparelhos para a difusão - além da adequação do próprio parque de máquinas de estúdio¹⁰. Isso gerou a revisão do projeto de comunicação externa da instituição, composto pela emissora de rádio FM e pelo canal aberto de televisão. Conforme anunciou a diretora da Fundação Padre Urbano Thiesen (Funpet), Marlise Brenol (2016, *apud* COLETIVA.NET, 2016), “o redirecionamento da Funpet foca em novas mídias para a formação um profissional mais apto para se inserir na atual realidade do mercado de comunicação”. É importante registrar que esta inovação atinge todas as IES que possuem concessão de canal de radiodifusão.

3. Novo desafio ou a retomada do lugar de aprendizagem?

A revisão dos projetos e processos dos espaços de produção de conteúdos midiáticos digitais, especialmente quando o ambiente é o de uma escola superior, são atividades corriqueiras e que se repetem a cada período. A atualização dos programas de ensino-aprendizagem ocorre conforme se desenvolvem as pesquisas e as experimentações metodológicas, referenciadas aos movimentos externos, seja do mercado ou da sociedade. E a digitalização da televisão brasileira, vinda na carona da popularização da internet e do ciberespaço, apresenta seus impactos nos ambientes de produção dos conteúdos midiáticos digitais. Com relevância para o setor da produção audiovisual, onde a indústria dos dispositivos apresentou inovações importantes para a realização audiovisual. Apesar de muito recente, o fenômeno cobra posicionamentos firmes daqueles que assumem a missão de formar os futuros profissionais do mercado da comunicação.

Este novo posicionamento implica em reconhecer as oportunidades de produção e distribuição dos conteúdos de comunicação em ambientes amigáveis para o acesso - e aparentemente menos complexos, como é o caso das novas mídias (ou mídias digitais). É o caso da proliferação dos depositários de vídeos. Na mesma onda, portais produzidos pelos laboratórios das escolas de comunicação, onde encontram-se espaços para experimentar a

¹⁰ Esse investimento chega na casa dos 500 mil reais, tendo em vista apenas a substituição dos transmissores analógicos pelos digitais. Pode haver variação no total do investimento, a depender dos fornecedores e da qualidade do equipamento a ser adquirido. Se adicionar a atualização dos equipamento de estúdio, a conta sobe, certamente, para 1,5 milhão de reais. (HOFFMANN, Jacob. Entrevista concedida ao autor pelo diretor da UCS TV. Caxias do Sul. Caxias do Sul, 2016).

produção dos conteúdos de comunicação, independentemente de sua proposta (seja ela de jornalismo, de publicidade ou de relações públicas) e da plataforma, são uma realidade.

Neste ponto é importante reavivar o debate acerca do papel das emissoras educativas sob a responsabilidade operacional das IES, especialmente quando o regulamento deste segmento define o que e como as emissoras tem que operar. Se de um lado as emissoras se apresentam como alternativa de vitrine eletrônica para as IES, de outro, sua manutenção e operação fogem da racionalidade econômico-financeira-administrativa das instituições e, além disso, impõe seguir o padrão técnico-estético (BRITTOS, 2010) que passa ao largo da missão da Universidade. Trocando em miúdos, ser operador de radiodifusão é atividade que passa ao largo das atividades de ensino-aprendizagem superior.

E as escolas de comunicação tem este setor como foco de estudo e depende das análises dele para qualificar a formação de seus estudantes. A tarefa dos professores e outros atores deste ambiente é enfrentar a questão da integração práxis/estudo com coragem, descobrindo caminhos menos tortuosos, quando se trata de regulação, e viáveis economicamente.

Hoje, o ciberespaço se apresenta como alternativa palpável para promover a aprendizagem e a experimentação de novas linguagens para a difusão dos conteúdos digitais. E foi este o caminho escolhido pela equipe de comando da TV UNISINOS ao fazer o anúncio da reformatação de sua equipe de profissionais e abrir mais espaço para os aprendizes, sob a orientação dos mestres e pesquisadores midiáticos.

4. Calcular e assumir riscos

Como se mostrou anteriormente, operar estruturas de difusão de conteúdos midiáticos produzidos por aprendizes dos fazeres comunicacionais exige posicionamentos firmes do corpo docente e dos administradores da instituição. Certa dose de coragem para arriscar na inovação é importante.

No caso das primeiras minutas do projeto que culminou na inauguração da TV UNISINOS, as equipes de produção dos conteúdos eram formadas majoritariamente por estudantes que se encontravam adiantados em seus cursos. A TV assumiria o papel de laboratório para beta-teste dos produtos exibidos na grade.

Nas negociações decorrentes, respeitando os tempos de cada fase, a opção institucional foi de investir operacionalmente numa equipe profissional, com a participação

de estagiários, que estavam lá para cumprir a agenda de treinamento, apenas. Apesar da ação parcial, os estudantes se envolviam em todas as fases da produção de conteúdos, sem, entretanto, assumir a frente de câmeras e/ou da produção dos conteúdos difundidos. O estagiário era, sem meias palavras, a alternativa para solucionar problemas da produção. O menino de recados, no dito popular. Um assessorio da equipe profissional, que ficava com o domínio dos processos de produção e de operação de equipamentos.

Porém, os avanços e a popularização dos dispositivos eletroeletrônicos e com a maior usabilidade dos mesmos, os domínios do conhecimento de operação dos equipamentos dedicados à produção audiovisual deixaram de ser exclusivos àqueles especialistas. As câmeras dos *smartphones* contemporâneos equiparam-se às câmeras de vídeo digital da primeira fase da digitalização dos processos da produção televisiva, entre 1999 e 2002, respondendo competentemente às exigências de uma produção profissional.

E este detalhe técnico abre, hoje, a oportunidade de investimento no experimento, na pesquisa e na realização audiovisual fora dos parâmetros profissionais do setor... Uma ameaça profissional? Não. Uma outra forma de viabilizar a produção de conteúdos para distribuir, usando outras plataformas e ambientes mais acessíveis.

Um novo tempo, novos desafios e a janela para qualificar a formação dos futuros profissionais da comunicação, setor que se apresenta mais colaborativo e interativo, conectando competências que ficavam ao largo da produção audiovisual. Eram apenas assessórios.

A opção da TV UNISINOS, conforme o anúncio feito em maio de 2016 é uma pista que indica duas trilhas: a mais evidente é a de reformatação dos meios de comunicação institucionais das IES, buscando opções econômicas e que potencializem a audiência. A outra está relacionada à oferta de atividades laboratoriais, pensadas para a qualificar o aprendizado e preparando os futuros profissionais para atuarem no campo com experiência.

5. Concluindo...

O cenário das novas tecnologias de comunicação apresenta uma lista de desafios para o desenvolver o conhecimento e as metodologias de aprendizagem. A busca de alternativas para implantar outros modelos didático-pedagógicos precisam ser arrojados o suficiente para corresponder ao alto nível de intimidade que os universitários tem quando se trata de manuseio dos dispositivos de comunicação, sejam eles móveis ou não.

Esta habilidade, que até o final do século 20 estava reservada para os profissionais especialistas, tem que ser apurada em espaços de experimentação completos. Isto é, que se possa produzir os conteúdos, distribuí-los e receber a crítica da audiência (seja ela feita diretamente e/ou pelas análises de audiência), completando assim o ciclo da comunicação social.

Até então, montar este tipo de estrutura exigia investimento pesado. Olhando para trás, era preciso ter uma emissora de rádio ou de televisão para apresentar os produtos sonoros e audiovisuais à sociedade. O mesmo roteiro acontece com os impressos, porém, sem a exigência de grandes estruturas para fazer os conteúdos circularem.

A compactação e a multifuncionalidade dos dispositivos de comunicação, aliado à individualização de seu uso reduziu muito a necessidade de equipamentos complexos (e de investimento) para a realização dos conteúdos midiáticos e a sua divulgação. Transporta para outros ambientes a vigilância acerca daquilo que será distribuído para a audiência, como sempre aconteceu.

Com o crescimento dos meios digitais de comunicação e com o aumento significativo das formas de acesso, apesar do número significativo da população digitalmente marginalizada¹¹, as notícias indicam que a trilha da comunicação será esta.

A atitude da TV UNISINOS só corrobora a percepção, na década de 1990, de que a distribuição dos conteúdos midiáticos sonoros e audiovisuais aconteceria fora dos espaços tradicionais da radiodifusão, exigindo das instituições de formação profissional posturas de vanguarda para a experimentar outros espaços de produção e testar os inventos.

Na mesma medida, a digitalização do espectro apresenta a demanda de mudanças para as organizações regulatórias e de fiscalização profissional: os estatutos que regulam as atividades profissionais das carreiras da área da Comunicação precisam ser revistos e atualizados, pois a digitalização da área nos apresenta a demanda de habilidades e conhecimentos que passavam ao largo das profissões (e que hoje estão integradas - e quase imperceptíveis - no fazer comunicacional).

Os ventos das mudanças começam a ficar mais fortes e a preparação dos futuros profissionais deve estender seu velame nesta direção. Para embarcar neste novo tempo, é necessário soltar as amarras da tradição, exercitar o espírito empreendedor e uma grande

¹¹ Apesar de todas as oportunidades de acesso aos conteúdos digitais, apenas 30% da população brasileira conecta-se diariamente ao ambiente. E apenas 15% dela tem acesso em sua própria casa (BRASIL, 2014). Esses dados informam que ainda há um grande abismo entre os detentores de credenciais para entrar nos ambientes virtuais e os desassistidos.

dose de coragem. A inovação cobra criatividade, empenho, responsabilidade e respeito ao patrimônio intelectual daqueles atores participantes e envolvidos no processo!

Referências

ARAÚJO NETO, Jefferson Garrido. A utilização das mídias digitais na sociedade midiaticizada. **Anais...** Encontro Nacional de História da Mídia, 9, 2009. Fortaleza, Unifor. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/A%20utilizacao%20das%20midias%20digitais%20na%20sociedade%20midiaticizada.pdf>> Acesso em: 01 JUL. 2016.

BENEVENUTO JR, Alvaro. **De Canal Comunitário a POA TV: estratégias e políticas da comunidade na TV a cabo em Porto Alegre**. 2005. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Leopoldo: UNISINOS, 2005.

_____; KIELING, Alexandre. **Proposta de programa para circuito interno de televisão**. São Leopoldo: UNISINOS, 1997-2001 (mimeo).

BRASIL – SECOM. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. Disponível em:<<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 01 JUL. 2016.

BRITOS, Valério. Padrão tecno-estético: hegemonia e alternativas. **Anais...** Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul. 11. Novo Hamburgo: FEEVALE, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-1335-1.html>>. Acesso em: 1 JUL. 2016.

CASTRO, Cosette. Televisão digital e inclusão social – uma proposta de democratização para as novas tecnologias em comunicação. **Revista Conexão – Comunicação e Cultura**, UCS, Caxias do Sul, v. 4, n. 7, p. 105-119, jan./jun. 2005. Disponível em:

<<http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/168/159>>. Acesso em: 01 JUL. 2016.

COLETIVA.NET. TV Unisinos reestrutura equipe e se desvincula do Canal Futura. Disponível em: <<http://coletiva.net/noticias/2016/05/tv-unisinos-reestrutura-equipe-e-se-desvincula-do-canal-futura/>>. Acesso em: 03 MAI. 2016.