

FLUXOS COMUNICACIONAIS NAS REDES SOCIAIS DE EMISSORAS REGIONAIS¹

Soraya Ferreira²

Liliane Oliveira³

Resumo

Busca-se chegar a considerações sobre como as novas tecnologias digitais favorecem a participação do espectador através dos perfis das emissoras: TV Alterosa, TV Assembleia, TV Integração e Rede Minas e das postagens nas redes sociais Facebook e Twitter. Investigamos se há interação e havendo como se dá a fruição do processo comunicativo neste ambiente convergente, apontando para as interfaces criadas por esse processo. O que se modifica e altera na linguagem e na dinâmica da narrativa televisiva ao convergir neste fluxo que possibilita a relação mais próxima e interativa com o espectador. A dificuldade de interpretação desse processo está em entender qual a verdadeira aceitação por dos envolvidos no processo desta cultura que a convergência estabelece ao incorporar em sua dinâmica produtiva o receptor, agora denominado de usuário. Queremos entender como a TV tem incorporado e qualificado a audiência em função das redes sociais no momento onde se convergem funções e signos. Para este encontro focaremos nos resultados finais da TV Integração.

Palavras-chave: Convergência; Televisão; Redes Sociais; fluxos comunicacionais

Estabelecer um fluxo comunicacional efetivo com conseqüências na programação televisiva é um dos desafios da contemporaneidade e deste segmento tecnológico com a digitalização da TV. Amplas discussões acerca do tema já foram e continuam sendo desenvolvidas, e a margem para debate permanece aberta. Os impactos de um processo de reconfiguração do fazer (tele) jornalístico em nome da interatividade acarretaria em diversos desdobramentos complexos.

Os impactos de um processo de reconfiguração do telejornalismo em nome da

1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho **Televisão e Rádio: Configurações, Conteúdos e Modos de Fruição na cultura digital**, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

2 Prof^a. Dra. do Departamento de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Juiz de Fora- UFJF e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. **E-mail:** soraya.ferreira@ufjf.edu.br

3 Graduanda na Faculdade de Comunicação Social da Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF e bolsista na pesquisa “A implantação da TV digital em Minas, Zona da Mata, o que muda; o que permanece na produção televisiva?”. **E-mail:** lilianeoliveiras19@gmail.com

interatividade são grandes. Uma das sugestões que Cirne traz seria o telejornalismo colaborativo, respeitando-se as diversidades regionais e eliminando a visão unilateral sobre a reportagem (que passaria a ser construída sob um aspecto multifacetado) moldada pelo editor (CIRNE, 2009). Aliás, a composição tradicional de uma redação televisiva enfrenta alterações a partir do momento em que a convergência se estabelece. Mesmo que se tenham afirmações sobre a dinâmica, as redações se transfiguram para novos estilos. O que parte da nossa pesquisa empírica junto ao corpo jornalístico e técnico das emissoras da região tanto comerciais como públicas já demonstraram (Ferreira, 2014)

A conseqüência de se implantar formas inovadoras na produção televisual repercute diretamente na audiência e no modo como ela se comporta diante de tais alterações. Analisar a convergência apenas do âmbito tecnológico, não permitiria apreender vertentes de extrema significância – como os efeitos em curto prazo no público e nos produtores de conteúdo. Assim sendo, a TV potencializa ações sobre a sociedade como um todo – desde produtores até receptores de informações.

O que de fato se evidencia é a necessidade da TV em se compor de forma a atender às novas demandas sociais, mercadológicas e técnicas. Para tanto, ela se insere na era das linguagens líquidas – como sugere Lúcia Santaella em teorias referentes à comunicação e semiótica – na qual não há estabilidade e engessamento como era característico em outros momentos da história da comunicação. A linguagem deixa de ser circunscrita e ganha uma dimensão espacial ampliada. A telecomunicação está inegavelmente sentindo os efeitos – a curto e longo prazo – desse momento transitório. Ela, que desde seu surgimento e notadamente a partir da década de 1980 (quando atingiu com exatidão os lares nacionais), sempre teve forte impacto sobre as diretrizes do cotidiano social e na própria percepção de tempo e espaço, agora se transmuta para a geração da tecnologia digitalizada – trazendo consigo uma gama de valores e hábitos singulares e de certa maneira destoantes do modelo que até então vingou graças à TV. Se antes a percepção era em sentido da famigerada passividade, hoje já se nota o interesse em fazer da TV um meio mais dialógico com o telespectador. Não que isso já não se constituísse como preocupação das emissoras, porém da maneira à qual se mostra atualmente fica claro que a tecnologia orienta o meio jornalístico em todos os sentidos – produção de conteúdos, relacionamento com audiência e funcionários, etc.

É ainda com base nas proposições de Santaella que analisamos a inquestionável soberania da imagem sobre outros formatos. A partir do século XX principalmente a imagem pôde se condicionar como dominante graças à revolução tecnológica. A autora aponta para o momento de ascensão da tecnovisão que continua em evidência. Ao tratar da imagem eletrônica, a autora faz alusão às idéias de Peter Weibel, que define oito estágios no processo de produção de imagens. São eles: invenção da fotografia e transmissão via escaneamento; descoberta das ondas eletromagnéticas; transição da forma espacial da imagem (é o caso de fotos e pinturas) para a forma temporal da mesma (como acontece nos filmes); descoberta do elétron e do tubo de raio catódico (que foram essenciais na criação da televisão); gravação magnética de sinais visuais (combinando filme, rádio e televisão num único componente: o vídeo); tecnologia de *chips* e circuitos integrados possibilitando a produção da imagem em computadores; redes digitais televirtuais (nesse caso, tratamos de conceitos como telepresença e telecomunicação interativa); e, por fim, a noção de que existirão *neuro-chips* e *chips* cerebrais interligando o cérebro humano ao sistema digital de maneira direta – ou, pelo menos, da forma mais direta quanto seja possível. (SANTAELLA, 2007).

Essas etapas enunciadas refletindo o pensamento de Weibel exemplificam de modo cabal e diacrônico o processo evolutivo da tecnologia em concomitância com a evolução da TV. De fato, mostram o papel relevante que o processamento técnico tem hoje na composição de idéias e costumes. O ideal de se atingir um estágio no qual *chips* poderão conectar diretamente o homem à tecnologia é ainda alvo de discussões mais rígidas. Porém, o que já se pode perceber é a fundamentação cada vez mais intensa de um conceito também abordado por Santaella – a ideia de presença ausente (conceituação de Gergen). Por essa expressão entende-se que o indivíduo está sempre disponível, mesmo que seja apenas através de algum suporte tecnológico. O celular possibilita esse status de conexão a qualquer instante. Cada pessoa passa a ter voz independentemente da localização. Em termos de televisão, apropriamo-nos de tal conceito para considerar a pluralidade de vozes que se pode ter num telejornal a partir do modelo de presença-ausente: o telespectador liga para o programa ao qual assiste ou, em análise mais recente e considerando-se as novas perspectivas tecnicistas, o telespectador utiliza de recursos da rede (blogs, sites, emails) para se mostrar como uma voz que busca aparecer e ter destaque. O espaço dado a vozes distinto e diverso cria um

dialogismo do público com a TV e do público com o próprio público. Isso ocorre a partir do momento em que a TV serve de interação para os seus usuários. Ao se verem expostos no suporte televisivo, acabam criando laços de identidade por se sentirem vinculados de algum modo graças à TV – que consegue aproximar entre si membros de sua própria audiência. As especulações sobre a dimensão que a TV tomará nos próximos anos não refletem dados exatos tampouco previsíveis. Considerações acerca da TV digital, o espaço preciso que a internet vai ganhar dentro da televisão, a forma como a audiência vai passar por essa transição e como vai expor seus interesses a partir das possibilidades inúmeras de comunicação moderna, todas essas incógnitas permeiam as discussões acadêmicas há algum tempo. Discutir a TV hoje sem discuti-la num quadro de convergência e digitalização do acervo não permite obter exatidão quanto à realidade desse meio. O que Yvana Fachine (2009 p 139). aborda nesse sentido é uma exposição clara de quais devem ser os parâmetros de reflexões referentes à televisão em dias de convergência não a partir apenas pela presença dos meios interativos mais também pela circulação e sistemas de distribuição de conteúdos.

Seguindo ainda os preceitos de Fachine, estabelecer uma relação entre destinatários e destinadores a partir do espaço cibernético obriga a TV a se reestruturar conforme as diretrizes temporais impostas pela rede. Se a audiência encontra na rede com extrema facilidade os conteúdos televisivos que lhe agradam, preciso é buscar alternativas para conquistar públicos mais jovens, já habituados a um sistema comunicacional de colaboração e interação social mediada por computador. A instantaneidade da rede estimula a TV a cada vez mais investir no uso do ao vivo para expressar a noção de alcance absoluto dos fatos a qualquer momento. Os telejornais constroem significações de imediatismo (trabalhar com o imediato sempre foi a vertente do telejornal, porém agora ele revê essa tendência e a aplica de modo mais preciso, para transparecer a sua audiência o caráter de onipresença que lhe convém).

Além de entender as conseqüências da convergência tecnológica no âmbito da audiência e na produção da notícia, relevante é também o lado profissional envolvendo essa questão. Ao falarmos de uma época transitória, os efeitos recaem sobre todos os segmentos que a ela se vêem interligados. Por isso, o quadro de funcionários das redes é alvo de análises fundamentalmente significativas, que podem mostrar no campo empírico as conseqüências empregatícias já em curto prazo. Como bem analisa Scolari

ao falar da convergência e seus efeitos na área profissional, costumam ocorrer mudanças na hierarquização do trabalho jornalístico: cargos tradicionais deixam de existir, dando espaço a outros novos que despontam com a emergência das novas tecnologias incorporadas pelas TVs. Scolari trata da questão de forma abrangente, sem circunscrevê-la ao âmbito televisivo, mas o detalhamento feito por ele se insere no que diz respeito aos impactos sentidos pela TV a partir da convergência.

Lo que está pasando em las redacciones de los medios informativos es representativo de las transformaciones que está sufriendo toda la industria cultural. La desaparición de figuras profesionales tradicionales, la aparición de perfiles polivalentes, el desarrollo de nuevas rutinas productivas y la entrada prepotente de las tecnologías dentro das redacciones són solo algunos de los elementos que marcan el nuevo paisaje profesional. (SCOLARI, 2009, p 47).

Não só uma reestruturação no tocante à criação/eliminação de cargos, mas na própria organização do processamento do trabalho porque evidentemente a não-linearidade proporcionada pelo sistema digital interfere no conteúdo produzido bem como no tratamento desse conteúdo e quem diretamente vai lidar com ele.

Um conceito tratado por Scolari é o de verticalização do profissional, uma vez em que este assume maior responsabilidade sobre o conteúdo produzido além de protagonizar todo o processo produtivo da informação (não-linearidade). Com isso, o jornalista (no caso específico da televisão) passa a se pluralizar durante a produção e participar de etapas distintas da mesma. Além disto, ele deve estar preparado para atuar nas redes sociais. Exemplo disto é o grande número de postagens nos perfis das emissoras realizadas pelos próprios profissionais das televisões.

Apesar das considerações sobre as transformações televisivas em face à digitalização do acervo e convergência de funções, o sistema econômico que mantém as emissoras em andamento teme os impactos que tal transitoriedade pode causar. Fazendo-se uso de um excerto de Salaverría (2003), ele anuncia a imprecisão que ainda paira sobre o futuro da comunicação justamente por estar submetida à transitoriedade gerada pela tecnologia tanto da parte dos editores como dos jornalistas,

Assim sendo, em tempos de transição tecnológica, não apenas as redes são diretamente afetadas, mas também a audiência e os profissionais envolvidos a ela. É natural que isso cause efervescência no meio econômico e também no meio social, mas o essencial é compreender até que ponto essa dinâmica produtiva consolidada a partir de

novos suportes técnicos modifica a organização já vigente e quais as implicações de tais alterações para o cenário da comunicação, do setor empregatício e do público, da audiência.

Em um processo dessa natureza, a própria linguagem se modifica com a inserção de novas tecnologias no processo de produção e recepção da notícia. A mídia televisiva se reorganiza e acaba também reorganizando a sociedade em dadas proporções. Atualmente, essa organização deve ser analisada sob o aspecto da convergência tecnológica, porque é justamente isso que vem ditando o processo produtivo. Não se pode ater a um estilo tradicionalista de produção da notícia, numa época em que a tecnologia ascende sobremaneira, uma vez que a inserção de meios digitais de comunicação agrega à televisão tradicional outras vias de se aproximar do público e concomitantemente dar-lhe espaço, de expandir-se. A pesquisa aborda, como as TVs regionais, a saber: TV Integração, TV Alterosa, TV Rede Minas e TV Assembleia tem usado as redes sociais não só para manter a audiência mas começar a criar um canal de interação e de interatividade com seus espectadores neste novo ambiente denominado de redes sociais propiciado pelo ciberespaço. Procuramos entender como as novas mídias orientam a produção de conteúdo para a audiência e como a mesma interfere nesta produção. Se é que interfere. A partir desses elementos conjugados buscamos detectar as transformações que vem se operando neste ambiente e fluxo que converge a TV e os novos ambientes do ciberespaço. Entretanto, para este encontro trataremos os resultados apenas da TV Integração.⁴

Buscamos compreender como a cultura midiática inscreve traços culturais dentro da própria cultura televisiva através das redes sociais. Até que ponto este momento conceitualmente identificado como sendo pós-televisivo, pós-network é realidade na TV regional que atravessa um momento de transição do analógico ao digital em tempos de convergência?

Método de monitoramento da emissora

Para examinar a maneira como a emissora *TV Integração* atua nas redes sociais e para dimensionar a interação entre espectador e essa TV no cenário da convergência midiática, realizamos um monitoramento dos perfis das emissoras nas seguintes redes

sociais: Facebook, Twitter, YouTube e Google +. As redes sociais das emissoras, citadas acima, foram monitoradas durante o período de 01 a 31 de maio de 2014 por meio da plataforma online de monitoramento e análise de mídia, Opsocial. Tal plataforma nos possibilitou gerar quatro relatórios semanais e um relatório mensal de cada emissora, contendo os dados referentes à suas atividades nas redes sociais: Facebook, Twitter, Google + e Youtube.

Os relatórios disponibilizaram dados gerais e dados específicos, como foi explicado na metodologia, para a pesquisa será considerados somente os números de postagens qualificadas. Com base nesses dados foi possível traçar o perfil desses canais de televisão nas redes sociais, as observações que se seguem foram baseadas em parte dos dados gerados por esse período de monitoramento.

Porém, antes de iniciar essas ponderações é necessário esclarecer alguns detalhes do processo de monitoramento. A plataforma Opsocial nos permitiu filtrar todo o conteúdo relacionado aos termos de monitoramento, nesse caso a ferramenta utilizou palavras-chave, atribuídas por nós para cada emissora, que determinaram o tipo de conteúdo a ser catalisado pela plataforma, assim como, a quantidade de vezes que o termo apareceu nas redes sociais analisadas: Facebook, Twitter, Google + e Youtube. Os termos de monitoramento selecionados foram direcionados a partir da primeira fase da pesquisa, são eles MGTV.

Para qualificar as postagens a plataforma Opsocial oferece ao usuário as opções: *positivo*, *neutro* e *negativo*. Com a intenção de padronizar essa classificação foi definido que tipo de conteúdo seria aceito em cada categoria:

- **Positivo:** compartilhamento e *retweets* de conteúdos relacionados à emissora ou sua programação, sugestões de pauta, elogios à emissora ou a sua programação.
- **Neutro:** posts com dúvidas, que não são relevantes para o conteúdo da emissora, ou relacionados à vida pessoal de personagens da emissora (apresentadores/funcionários).
- **Negativo:** reclamações e críticas pejorativas, desconstrutivas sobre conteúdo ou programação.

Para obter dados qualitativos em relação às postagens, além dos termos de monitoramento foram estabelecidas para esse monitoramento 10 *Tags*- nesse caso entende-se a palavra *tag* como um comando de classificação – que nos auxiliaram na

classificação do tipo de atividade da emissora e do usuário nas redes sociais, além de nos permitir gerar uma análise quantitativa dessa atividade. São elas:

1. **Críticas à programação:** comentários giram em torno de novos programas inseridos, ou alterações nos programas já existentes.
2. **Críticas à emissora:** críticas diretas e gerais à emissora enquanto promotora de conteúdo. Críticas aos programas da grade, aos temas das matérias, à grade de programação, à postura da emissora em relação a determinados assuntos.
3. **Sugestão de pautas:** ideias sobre assuntos a serem tratados, inclusive com apresentação de fontes e outros materiais como fotos, que poderão colaborar na elaboração da matéria.
4. **Denúncias:** reclamações contra serviços públicos, flagras fotográficos de crimes de todo gênero, sugestões de investigação sobre determinado assunto. Neste caso, também há presença de material que poderá colaborar na produção da matéria, como fotos flagrantes.
5. **Elogios à programação:** comentários giram em torno de novos programas inseridos, ou alterações nos programas já existentes.
6. **Elogios à emissora:** elogios diretos e gerais à emissora enquanto promotora de conteúdo. Elogios aos programas da grade, aos temas das matérias, à grade de programação.
7. **Repercussão de posts da emissora:** compartilhamento e *retweets* de conteúdos postados pela emissora ou relacionados à emissora e sua programação.
8. **Dúvidas sobre matérias, programação, etc.:** dúvidas de toda natureza, como horários de programas, se haverá reprises, dúvidas sobre temas tratados nas matérias.
9. **Sobre o assunto:** comentários acrescentando alguma curiosidade sobre o tema abordado nas matérias. Há comentários imparciais, críticas negativas a algo apresentado na matéria e não exatamente à emissora, e da mesma forma elogios.
10. **Publicação por parte da emissora:** conteúdo que a própria emissora publica para divulgar conteúdos relacionados à sua programação diária e posts de divulgação direta de conteúdo, por exemplo, vídeos de matérias da TV e programas que já foram exibidos na TV.

Resultado do Monitoramento

TV Integração

A TV Integração é a emissora com maior audiência das quatro analisadas, porém esse número não é refletido em seus seguidores nas redes sociais. Além disso, ela não possui perfil em todas as redes: o YouTube e o Google+ são descartados pela emissora. No entanto, os vídeos e matérias exibidos pelo canal, são disponibilizados nos portais da emissora.

TV Integração				
Rede Social	Facebook	Twitter	Google +	Youtube
Alcance*	13.882 seguidores	12,6 mil seguidores	Não possui	Não possui

*Números analisados em julho de 2014

Os dados coletados pela Opsocial filtraram 2527 postagens ligadas ao MGTV e a TV Integração. Aquelas que faziam menção ao programa sem relação ao seu conteúdo (eventos patrocinados ou apoiados, por exemplo) foram excluídas do monitoramento. A rede social com maior alcance é o Facebook, seguido pelo Twitter. O Google+ e o YouTube representam 1% de alcance, cada um, devido ao fato da emissora não possuir perfil nessas redes.

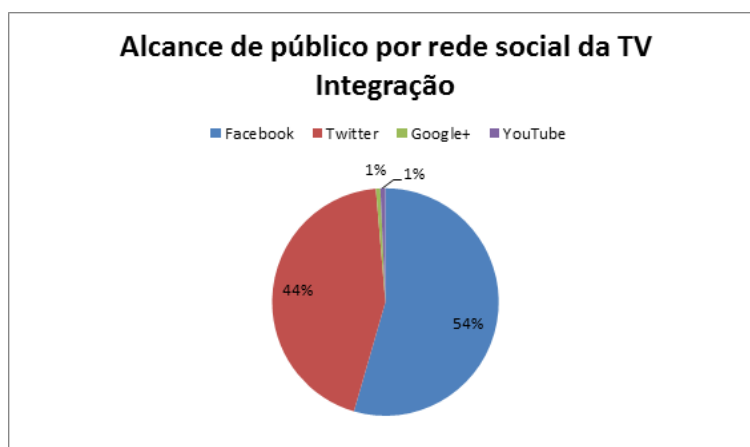


Figura 10: Porcentagem de participação do público por rede social

Neste monitoramento, o horário com mais posts foi entre 19h e 20h e o dia com mais resultados foi a quinta-feira. O horário pode ser atribuído a antecedência próxima ao Jornal Nacional, noticiário com maior audiência.

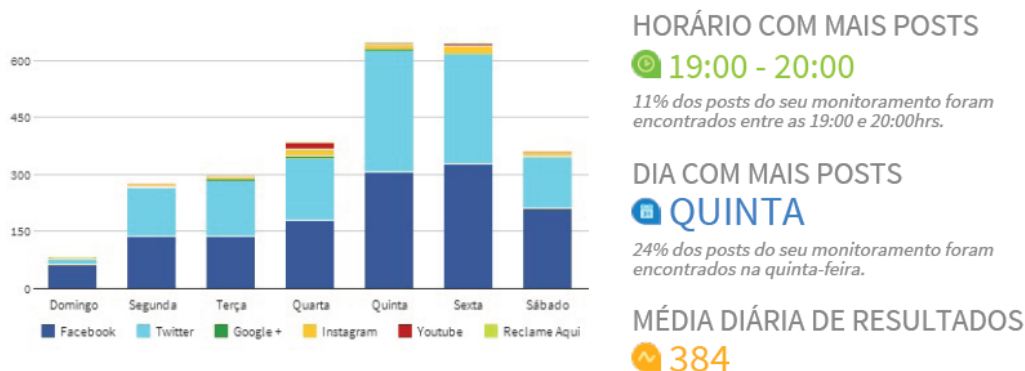


Figura 11: Gráficos com os horários e dias da semana mais atuantes da TV Integração (reprodução do relatório da Opsocial)

Na análise de sentimento, percebe-se que os posts negativos não possuem grande relevância, totalizados em 6% dos 2527 posts, e há maior aprovação do público do que rejeição.

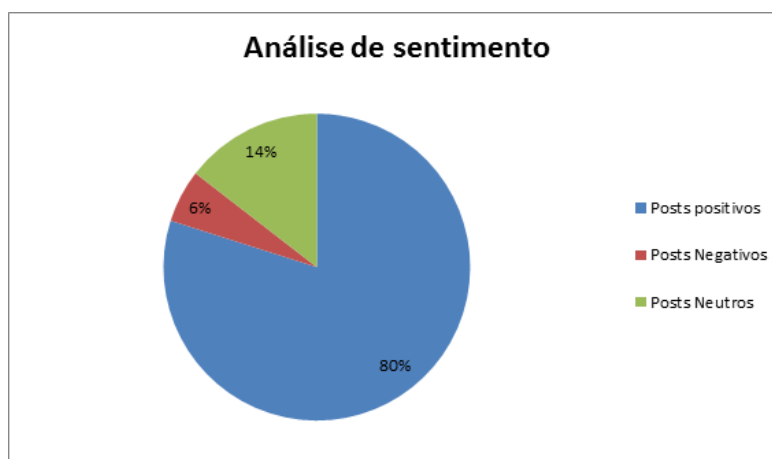


Figura 12: Análise de sentimento (aprovação e rejeição) da TV Integração

Tem-se, então, os dados do levantamento geral da TV Integração, levando em consideração as redes em que atua, onde o público a corresponde, a qualidade da emissora nas redes e os horários com maior incidência de posts, exibidos no quadro

conclusivo abaixo. Para aprofundar a leitura dessa relação, foi gerada a análise do conteúdo de cada publicação.

Características da TV Alterosa nas redes sociais em maio de 2014	
Total de posts encontrados	2527
Rede Social com maior participação	Facebook com 54%
Horário mais ativo	19h e 20h
Dia com maior volume de posts	Quinta-feira
Índice de aprovação	94%

Figura x: Tabela conclusiva, baseada nos dados do relatório da Opsocial

Assim como a TV Alterosa, a TV Integração apresentou como maior número de posts classificados no monitoramento a **tagrepercussão de posts da emissora**, com 74% do total. Posts publicados inicialmente pela própria emissora eram compartilhados e não ofereciam comentários complementares, nem qualitativos, através de todas as redes analisadas, mas, principalmente, pelo Facebook e Twitter.

Uma especificidade do monitoramento da TV Integração é que, por causa do termo utilizado para a filtragem de posts se tratar especificamente de um programa (MGTV), 9% dos posts eram de caráter descritivo, classificados com a **tag “sobre o assunto”**: narravam e descreviam o que se passava na televisão, sem nenhuma opinião a acrescentar. A emissora, assim como seus espectadores, é bem ativa no Twitter e publica com frequência, apesar de deixar as outras redes em segundo plano; 5% das postagens foram classificadas como **publicação por parte da emissora**.

As **críticas à programação** e as **críticas à emissora** representaram 4% e 1,8%, respectivamente. Pelo monitoramento ter filtrado um programa específico, é natural que as críticas relacionadas à programação tenham maior volume do que as relacionadas à emissora. Assim como no caso dos elogios, **elogios à programação** representaram 1,3%, enquanto os **elogios à emissora**, 0,5%.

Outro caso específico da TV Integração é o número de **denúncias**, avaliado em 3,6% do total de posts. Um post muito repercutido denunciava irregularidades da auditoria da Ernst & Young no transporte coletivo de Belo Horizonte pedia para que todos aqueles interessados em tornar o caso público, pressionassem a imprensa de BH e mandassem e-mail para as emissoras de televisão e jornais da área, incluindo o MGTV da TV integração.

O número de **dúvidas** (0,4%) e **sugestão de pautas** (0,4%) nas redes, assim como a TV Alterosa, também foi muito baixo. As dúvidas se concentraram no Twitter, enquanto as sugestões, no Facebook. Porém, não é possível mensurar totalmente essa relação, já que existe o canal direto, através do e-mail.

Tag	Facebook	Twitter	Google +	Youtube	Total
Críticas à emissora	27	16	-	-	43
Críticas à programação	28	70	-	-	98
Denúncias	90	-	-	-	90
Dúvidas sobre matérias e programação	-	8	-	-	8
Elogios à emissora	10	1	1	-	12
Elogios à programação	10	21	-	-	31
Publicação por parte da emissora	19	108	-	-	127
Repercussão de posts da emissora	1181	665	15	18	1879
Sobre o assunto	5	227	-	-	232
Sugestão de pautas	7	-	-	-	7

A organização da TV nos tempos de hoje já não reflete sua composição à época de seu surgimento, assim como a TV daqui alguns anos não refletirá o estilo adotado atualmente. É complexo apontar os rumos de um suporte midiático num momento em que ainda busca se firmar diretrizes para sua estrutura. A convergência não é um processo simples e repentino a ser julgado por pesquisadores. Ela se constitui numa forma de orientação produtiva particularizada – redirecionando a cultura, a literatura, o cinema, o rádio, o impresso, e sem dúvida a TV.

Sem haver pretensão de análises futurologistas, é cabível considerar a necessidade de reestruturação da televisão diante da internet e das novas ferramentas que com ela ganham espaço na sociedade cibernética. É o mesmo processo que se nota nas grades de programação: geralmente acontecem mudanças de programas, alteração de horários e de apresentadores por conta da necessidade de inovação e adequação ao grande público. Assim será também necessário fazer de modo mais generalizado com a TV – condicioná-la conforme as mudanças tecnológicas recentes em nome da necessidade de se aliar a um tipo de público novo.

Já se têm percebido tais alterações na dinâmica das redes televisivas, conforme os dados mostraram, ainda de maneira tímida em relação à sugestão de pautas, o que em caso mais positivo poderia repercutir diretamente no conteúdo daquilo que é produzido e transmitido via televisão. Isto demonstra o fato de que a rede emissora ainda se posiciona com cautela as mudanças culturais que já batem a porta tanto do seu próprio lado como do lado da audiência, ou seja, o processo colaborativo só se inicia. Mas nos leva a ver que elas não se isentaram do quadro de convergência. Ao contrário, o que se evidencia é combinação dos recursos gerados pela convergência com os recursos que a televisão já dispunha.

Só para termos dados comparativos para traçarmos algumas conclusões sobre o perfil das atividades dos usuários nas redes sociais trazemos dados da TV Rede Minas, pública. Todos os posts qualificados foram também marcados com uma tag (escolhida a partir de 10 - que também integram o relatório da Opsocial -) que descrevia a que tipo de ação da postagem estava relacionada. A partir dessa análise verificou-se que a principal forma de interação entre emissora e usuário é por meio da **repercussão de posts da emissora**, nesse caso 51% das publicações relacionadas à emissora foram de compartilhamento e *retweets* de conteúdos postados pela própria emissora, relacionados à sua programação.

Esse dado mostra que os usuários correspondem às postagens realizadas pela emissora. Porém, se associado ao conteúdo da *tag sobre o assunto*, que abrange comentários das postagens, que ficou com apenas 0,5% das atividades do usuário nas redes sociais podemos perceber a passividade desse usuário que vê o post, compartilha, mas não o comenta, ou seja, divulga o conteúdo sem estreitar a interação com a emissora.

Por essa análise, também foi possível perceber a falta de ações pró-ativas em relação a fomentar o internauta por parte da Rede Minas, já que o número de **publicação por parte da emissora** representou somente 32% das atividades na rede. Ou seja, a repercussão é bem maior que número de postagens, logo se a emissora realizasse mais posts teria mais repercussão e conseqüentemente mais interação com o usuário. A web é um ambiente livre, e por meio das redes sociais chegam todo tipo de conteúdo, entre as postagens analisadas foram registradas elogios e críticas em relação à emissora e sua programação

Falta buscar a audiência dos novos meios de maneira que não se coloquem na posição de mero repercutidores das produções televisivas, conforme alardeamos nos dados quantificados. Em outras palavras, a TV não está apenas vendo o tempo passar sem se aliar aos modernos formatos de comunicação. Só através da interação e participação com a cultura da convergência a será possível enfrentar o momento de transição e passar por ele sem sentir perdas gigantescas. Enquanto a televisão souber lidar produtivamente com a convergência, terá conquistas a seu favor – independentemente do tempo que se leve para uma completa transição até a chegada desses benefícios.

Referências

CIRNE, Livia ET AL. “Perspectivas da interatividade no telejornalismo”. In: SEBASTIÃO, Squirá e YVANA, Fechine. **TV digital, desafios para a comunicação**. Fechine. Porto Alegre: Sulina, PP. 84-107, 2009.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

FECHINE, Yvana. A Programação da TV no cenário de digitalização dos meios: configurações que emergem dos reality shows. In: FILHO, José Freire. **A TV em transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

FERREIRA, Soraya. A televisão em tempos de convergência. Editora UFJF: Juiz de Fora, 2014.

MILLER, Toby. “A televisão acabou. A televisão virou coisa do passado. A televisão já era”. In: FILHO, José Freire. **A TV em transição**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

PICCININ, Fabiana. “Do analógico ao digital: notas sobre o telejornal em transição”. In: SOSTER, Demétrio Demétrio de Azevedo, FIRMINO, Fernando. **Metamorfoses jornalísticas: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

PRADO, José Luiz Aidar. **Crítica das práticas midiáticas: da sociedade de massa às ciberculturas**. São Paulo: hacker editores, 2002.

PRIMO, Alex. “Crítica da Cultura Da Convergência: participação ou cooptação?” In: DUARTE, Elizabeth Bastos e LILIA, Maria. **Convergências Midiáticas: produção ficcional-RBS TV**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. “Convergência de médios”. Revista Latino-americana de Comunicassem Chasqui. Disponível em: <http://chasqui.comunica.org/content/view/190/64>. Acesso em: 15/10/2011.

SANTAELLA, Lúcia **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SCOLARI, Carlos. “Alrededor de La(s) convergencia(s). Conversaciones teóricas, divergências conceptuales y transformaciones nele ecosistema de médios”. **Signo y Pensamiento**. Bogotá, vol. XXVIII, nº 54, pp. 44-55, 2009.

SEIXAS, Lia. “Como o dispositivo prepara para o gênero jornalístico”. In: SOSTER, Demétrio Demétrio de Azevedo, FIRMINO, Fernando. **Metamorfoses jornalísticas: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.