

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

TELEVISÃO E MÍDIAS SOCIAIS: A CIRCULAÇÃO DE CONTEÚDO DAS EMISSORAS DO TOCANTINS

Lys Apolinário Reis¹
Liana Vidigal Rocha²

RESUMO

Considerando o atual contexto tecnológico e as novas tendências de consumo, a utilização das mídias sociais por parte de veículos tradicionais, como a televisão, torna-se algo imprescindível. No entanto, o desafio vai além do simples uso dessas ferramentas, a verdadeira questão é a utilização adequada de cada ambiente, visto que diferentes mídias exigem diferentes formatos e linguagens para que a informação chegue e seja bem recebida pelo consumidor. O projeto de Iniciação Científica “Jornalismo tocantinense nas mídias sociais: a circulação de conteúdo dos veículos tradicionais” tem a pretensão de identificar e analisar os perfis dos veículos tradicionais tocantinenses nas mídias sociais. Na primeira fase o foco foram as emissoras de televisão. Foram identificados quarenta e quatro perfis de dezoito veículos diferentes. A partir da análise dos perfis podemos perceber que as emissoras de televisão tocantinenses ainda não exploram adequadamente as ferramentas oferecidas pelas mídias sociais.

PALAVRAS-CHAVE

Mídias Sociais; Jornalismo; Televisão; Tocantins

INTRODUÇÃO

Com o surgimento da televisão, no final da década de 1920, abre-se um novo caminho para a informação. Enquanto predominava o uso do rádio no Brasil durante a Segunda Guerra Mundial, Estados Unidos e Europa já acompanhavam o desenrolar do conflito pela TV. Na década de 1950, quando chega ao Brasil, o veículo conquista

¹ Bolsista PIBIC/UFT, estudante de Graduação 7º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins, e-mail: lysapolinario@gmail.com.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Docente do curso de Jornalismo e do Mestrado em Comunicação e Sociedade da UFT. Líder do grupo de pesquisa em Jornalismo e Multimídia (CNPq/UFT) E-mail: lividigal@uol.com.br.

público e anunciantes. Em pouco tempo, a televisão se tornou o principal meio de comunicação, levando notícias e informações para todas as regiões brasileiras.

Já no final dos anos de 1960, surge a tecnologia que modificaria todos os hábitos e consumos no futuro: a internet. Criada para fins militares, a internet foi baseada em um projeto que tinha como objetivo criar uma malha de comunicação descentralizada, mas que ao mesmo tempo não fosse vulnerável a possíveis ataques, sobretudo, nucleares. Ao longo de quase duas décadas teve o seu potencial investigado pelas universidades norte-americanas, mas foi somente nos anos de 1990 que começou a ser explorada comercialmente.

É com a internet que surgem as novas mídias. Com o intuito de agregar ainda mais valor à comunicação, as novas mídias se baseiam na tecnologia para auxiliar na produção e difusão de conteúdo. O smartphone, a televisão digital e a internet são apenas alguns exemplos de tecnologias que avançam dia após dia e que seduzem o consumidor. É nesse ambiente comunicacional da internet que observamos o aparecimento das Mídias Sociais.

O conceito de Mídia Social pode ser entendido como sistema on-line elaborado que permite a interação social a partir do compartilhamento de informações em diferentes formatos (texto, foto, áudio, vídeo, ilustração etc). Essas plataformas acabaram ganhando mais destaque graças aos dispositivos móveis, ao wi-fi e ao 4G, visto que, uma vez com acesso à internet a todo momento e em todos os lugares, a comunicação entre os usuários e o consumo de conteúdo intensificou-se.

De acordo com Raquel Recuero (2009), “as mídias sociais complexificam o espaço social, fazendo com que apareçam novos grupos sociais que se organizam em determinadas redes (ou comunidades)”. A autora explica que a mídia social “permite a apropriação para a sociabilidade” por meio da construção do “espaço social e da interação com outros atores. A mídia social é diferente, por exemplo, da mídia tradicional porque aceita ações individuais, mas em uma escala global. Além disso, as mídias sociais estão diretamente ligadas à internet em função da considerável transformação que a rede proporcionou.

Com base nessas informações surge esta proposta de investigação, partindo dos seguintes questionamentos: as emissoras de televisão do Estado do Tocantins têm utilizado as mídias sociais para auxiliar na difusão das suas informações? Quais são as mídias sociais mais utilizadas? De que forma têm utilizado essas plataformas? Responder a esses questionamentos contribuirá para entender mais sobre a televisão

do Tocantins além de registrar a possível evolução das empresas no que diz respeito à utilização das plataformas tecnológicas.

Este é um trabalho de caráter descritivo, quali-quantitativo, visto que tem como objetivos identificar as mídias sociais utilizadas pelas emissoras de TV do Estado e analisar como é feita a utilização dessas plataformas. Vale ressaltar que esta é a primeira etapa desta pesquisa, uma vez que pretende-se, em momento posterior, observar e analisar as demais mídias tradicionais presentes no Tocantins, como rádio, jornal e revista.

MÍDIAS SOCIAIS E REDES SOCIAIS

De acordo com Lima Junior (2009), a convergência tecnológica digital impactou de forma relevante a área da Comunicação Social. Tal processo supriu tecnologicamente a convergência midiática, o que possibilitou o compartilhamento, a distribuição e o arquivamento, por meio de máquinas computacionais e das redes telemáticas, de textos, imagens e conteúdo multimídia usados no relacionamento humano.

Dessa forma, o autor afirma que houve a formação de um ambiente enredado que simula certas necessidades humanas, como a vida em comunidade. E é nesse novo ambiente que o jornalismo precisa se estabelecer. No entanto, para que isso aconteça, o jornalista deve entender a dinâmica das relações nas redes sociais.

O conceito de redes sociais é antigo e apareceu na Antropologia Social. Entretanto, o uso tecnológico do termo diz respeito ao contato com grupos ou indivíduos por meio de redes de computadores, nesse sentido as redes sociais seriam um ambiente que possibilita o acesso a informações (ACIOLI, 2007). “Uma rede define-se como um conjunto de actores que têm relações (vínculos) entre si, das quais resultam fluxos de informação que podem ser unilaterais ou bilaterais”(AMARAL, 2016, p.122).

De acordo com Colonomos (1995), as redes são criadas em um ambiente informal de relações sociais, mas seus impactos podem ser notados também fora desse ambiente, por meio da relação com instituições representativas como o Estado e a sociedade. Castells (1999, p.497) também resalta o poder transformador das redes sociais “A presença na rede ou a ausência dela e a dinâmica de cada rede em relação às outras são fontes cruciais de dominação e transformação de nossa sociedade”.

Lima Junior (2009) acredita que os jornalistas precisam usar as redes sociais tendo em mente objetivos jornalísticos bem delineados. O plano seria fazer um recorte tecnológico usando ferramentas da Ciência da Computação e outros sistemas que já dão certo nas redes sociais, para formatar plataformas midiáticas com o objetivo de produzir, compartilhar e distribuir informações, tornando-as um bem social.

Essas plataformas são chamadas de mídias sociais conectadas. Assim, embora usem o escopo tecnológico das redes sociais, as mídias sociais são formadas por combinações entre ferramentas disponibilizadas pelas redes sociais, que no entanto devem ser moldadas para alcançar propósitos editoriais pré-estabelecidos (LIMA JUNIOR, 2007).

Desse modo, Telles (2010) destaca a importância acadêmica e profissional de se ter uma padronização das definições dos termos Redes Sociais e Mídias Sociais, já que os conceitos variam de autor para autor e muitas vezes são vistos de forma indistinta. Telles (2010, p.07) diz que as redes sociais são apenas uma categoria dentro das mídias sociais.

O autor considera que as redes sociais, que também são chamadas de sites de relacionamento, tem o enfoque de reunir pessoas que terão a possibilidade de exibir seus perfis com dados pessoais como textos, fotos, vídeos e mensagens. Além disso, cada pessoa pode interagir com outra e criar listas de amigos e comunidades.

Já a mídia social deve ser vista pelos usuários como um ambiente com finalidade diferente de outros ambientes de relacionamento virtual. Para isso, é preciso que haja um planejamento, que deverá dar a entender que aquele é um espaço de colaboração informativa de relevância social. (LIMA JUNIOR, 2007).

Portanto, a mídia social conectada é um formato de comunicação mediada por computador (CMC) que permite a criação, compartilhamento, comentário, avaliação, classificação, recomendação e disseminação de conteúdos digitais de relevância social de forma descentralizada, colaborativa e autônoma tecnologicamente. Possui como principal característica a participação ativa (síncrona e/ou assíncrona) da comunidade de usuários na integração de informações. (LIMA JUNIOR, 2007, p. 97).

Apesar da constatada necessidade e importância da compreensão e utilização das mídias sociais pelo jornalismo, Lima Junior (2007, p.99) afirma que “a transição das empresas de mídia e dos profissionais de jornalismo para um patamar midiático mais complexo tecnologicamente é muito lenta”. No entanto, o autor diz que não há mais tempo para compreender com calma as tecnologias que constituem a chamada comunicação digital. Dessa forma, o resultado da lentidão é uma transição atribulada.

Para Telles (2010), as mídias sociais impactaram e alteraram de forma relevante a maneira de se produzir conteúdo e tratar as informações, pois possuem características distintas que reforçam seus limites e suas potencialidades, sendo organizadas em duas categorias principais: a) Sociocultural e b) Técnica.

Na primeira categoria, as mídias sociais podem ser observadas a partir dos seguintes aspectos: usos e apropriações, tipos de público e tipos de comportamento. Já na segunda categoria, é possível analisar as plataformas a partir dos seguintes aspectos: arquitetura da navegação, tipos de conteúdo e informação.

Nesse sentido, a mídia social apresenta, ao menos, dois aspectos importantes. O primeiro se refere às características que podem ser melhoradas em uma página, uma tática para webmasters que pode ser utilizada para incrementar um site na era do conteúdo digital. Tais melhorias envolvem, por exemplo, a incorporação de links para outros tipos de serviços, imaginando que os potenciais usuários possam salvar ou compartilhar mais facilmente as páginas.

Já o segundo aspecto está relacionado com o chamado marketing de mídia social e envolve a criação de conteúdo próprio, único e com capacidade para se tornar, quem sabe, notícia. Nesse caso, é possível disseminar o conteúdo através de sua aceitação e consequente popularização.

A mídia social pode ser entendida ainda como a produção de conteúdo de forma descentralizada, fora do controle editorial dos grandes grupos de comunicação que dominam o mercado há décadas. Essa transferência vai significar a produção de informações de muitos para muitos.

Com a consolidação das mídias sociais, o que vemos então são formatos diferenciados que abrigam distintos tipos de conteúdo. Apenas para citar alguns, destacamos: os blogs, os vlogs (vídeos), os sites de compartilhamento de fotos, os mensageiros instantâneos, o e-mail, o crowdsourcing, o compartilhamento de músicas, os currículos profissionais e demais tipos de informação.

Independente desses aspectos, o certo é que as mídias sociais possuem características que diferem fundamentalmente da chamada mídia tradicional e esse pode ser um desafio para o jornalismo na medida em que precisa adaptar o seu conteúdo para poder conquistar público e audiência. Diante dessa nova realidade, não somente os grandes veículos se veem às voltas com as dezenas de possibilidades para a difusão e consumo do conteúdo, mas também os veículos regionais, pois, afinal, precisam acompanhar a evolução do segmento.

A TELEVISÃO NO TOCANTINS

A implantação da televisão na região que hoje pertence ao Estado do Tocantins foi marcada por uma série de disputas, negociações e estratégias políticas. De acordo com Santos (2015), após o Golpe Militar de 1964, os militares começaram a investir em campanhas em prol do progresso e da ocupação do interior do Brasil. Esse direcionamento fazia parte da estratégia de controle e manutenção de poder do governo militar.

Hamburger (1998) diz que os militares investiram na infraestrutura necessária e incentivaram a expansão da televisão. Isso ocorreu porque a telecomunicação foi um ponto estratégico na política de desenvolvimento e integração nacional, já que o governo exercia influência sobre a mídia televisiva através de censura, políticas culturais normativas e regulamentações.

Segundo Santos (2015), os militares estimularam empresários a investir na região amazônica através de incentivos fiscais. Foi nessa época que o empresário e jornalista Jaime Câmara resolveu implantar a televisão no antigo norte de Goiás, onde hoje se encontra o Tocantins.

De acordo com Santos (2015), o Grupo Jaime Câmara, que se tornou um dos mais importantes no ramo de telecomunicações goiano, desejava ter uma quantidade relevante de veículos que pertenciam à empresa no Estado de Goiás, principalmente de emissoras de televisão. Desse modo, os investimentos em Araguaína, na época maior cidade da região norte do estado, fizeram parte da estratégia do Grupo que visava a ocupação de espaço e a conquista do interior.

Foi assim que Jaime Câmara enfrentou diversos percalços, como a falta de pavimentação da BR-153 e a falta de sistema de eletrificação permanente em diversos municípios e deu início às tentativas de instalação de uma retransmissora da TV Anhanguera, em Araguaína. O empresário ganhou apoio das autoridades regionais e locais, no entanto, tal suporte não era baseado no puro interesse pelo desenvolvimento do norte, que estava abandonado, mas em trocas que beneficiavam os políticos (SANTOS, 2015).

Santos (2015) diz que a televisão teve que divulgar de forma gratuita projetos da prefeitura e propagandas políticas. "[...] a fala do poder que necessita do meio de comunicação e, ao mesmo tempo, permuta os dividendos em troca de divulgação das ações administrativas" (SANTOS, 2015, p. 84).

Em dezembro de 1976, Jaime Câmara teve êxito e Araguaína recebeu sua primeira antena da TV Anhanguera, retransmissora da Rede Globo de Televisão, porém, aquela não foi a primeira retransmissora da cidade, ali já funcionava a TV Araguaína, implantada por um grupo de pessoas que se entusiasmaram com a chegada do sinal de televisão a Imperatriz (SANTOS, 2015).

Segundo Santos (2015, p.87), a primeira retransmissora de Araguaína foi resultado dos esforços da comissão pró-TV, que reuniu doações e outros recursos para adquirir cinco torres, cinco repetidoras, baterias e motores estacionários. O grupo estava empenhado em trazer a televisão para Araguaína, já que a existência de emissoras em outros lugares do país havia entusiasmado os nortenses a assistir à televisão.

Para tornar o processo mais rápido, uma das torres foi instalada na cidade de Sumaúma, no Maranhão e as outras foram instaladas em Tocantinópolis, Estreito, Wanderlândia e Araguaína. Sumaúma estava a 50 Km de Imperatriz, onde ficava a repetidora da qual a programação era copiada. Todos os dias eram enviadas fitas pelo ônibus interestadual; a programação era constituída por programas da TV Tupi e era exibida com 24 horas de atraso (SANTOS, 2015).

Como havia apenas uma torre na cidade, a imagem da TV Araguaína não estava agradando a população, que fazia constantes reclamações sobre a qualidade das transmissões, por isso uma segunda torre foi instalada. No entanto, a emissora não durou muito tempo, a chegada do Grupo Jaime Câmara atrapalhou o processo de concessão e a emissora não chegou a ser autorizada pelo Governo Federal (SANTOS, 2015).

A presença de uma retransmissora em Araguaína abastecida de programas copiados de uma emissora maranhense chamou a atenção de lideranças políticas locais, impressionadas com o repentino sucesso da nova emissora. Por outro lado estas mesmas lideranças foram contatadas pelo empresário do sul de Goiás, Jaime Câmara, para apoiar a implantação de uma retransmissora da TV Anhanguera - Canal 2 na cidade. Representadas pelo senador biônico Benedito Vicente Ferreira, conhecido como o "Senador Boa Sorte", decidem apoiar o empreendimento da Organização Jaime Câmara. (SANTOS, 2015, p. 88)

Com a disputa entre as duas emissoras, a população de Araguaína ficou dividida. Alguns desejavam a permanência da TV Araguaína, cujos programas agradavam mais e outros preferiam a TV Anhanguera, cuja imagem tinha melhor qualidade (SANTOS, 2015).

Parte da população mitificava o empreendimento de Jaime Câmara. Para estes, o jornalista representava o Chatô do norte, aquele que trazia a modernidade para o sertão de Goiás. Este mito era alimentado pelos veículos da empresa. O que escondia, de certa forma, o jogo da elite goiana que via no desenvolvimento desta região um meio de valorização das terras, um embrião de um Estado que, além de curral eleitoral, serviria como um canteiro de obras para as empreiteiras, ou seja, seria a abertura de uma nova fronteira de expansão capitalista. Outro grupo acreditava no envolvimento da comunidade por meio de campanhas e bingos para a comunicação pela própria população e não por um empresário de outra localidade (SANTOS, 2015, p.92)

Segundo Santos (2015), o Grupo Jaime Câmara prevaleceu e expandiu-se também para outras cidades do norte goiano. Além disso, a autora afirma que o Grupo contribuiu de forma relevante para a emancipação do norte e criação do Tocantins, tendo reforçado através de suas transmissões o sentimento de autonomia do norte. Atualmente, o Tocantins conta também com outras importantes emissoras de televisão, como a TVE, SBT, TV Cultura entre outras.

A TVE Tocantins é uma emissora pública da Fundação de Radiodifusão Educativa do Tocantins afiliada à TV Brasil. A emissora é sediada na capital do Tocantins e produz programas de caráter educativo e local, incluindo telejornais feitos nos estúdios localizados em Palmas. A TVE consegue transmitir sua programação para grande parte do estado, já que possui retransmissoras em cidades do interior.

Apesar de ter sido renomeada e passado a se chamar TVE Tocantins em 2012, a Radiodifusão Estatal já existia na região do Tocantins desde 1982, sendo que as portarias que permitiram a instalação das retransmissoras são de 1981. Quando o Tocantins foi criado, as três retransmissoras da TV Brasil ficaram com o novo governo do Estado e a partir daí, a Radiodifusão Estatal passou por uma série de mudanças.

Outra emissora com sede na capital do Tocantins é a SBT Tocantins, afiliada ao SBT. A emissora passou a se chamar assim apenas em 2015, com o comando de uma nova administração. Antes disso a emissora se chamou TV Serra do Carmo, de 1993 a 2007 e TV Capital, de 2007 a 2015. Outra afiliada ao SBT é a A TV Porto, que surgiu em 2012 e é sediada em Porto Nacional³.

A TV Jovem Afiliada Recordtv surgiu nos anos 2000 com uma programação que contava com diversos programas locais, nessa época, a emissora se chamava TV Jovem Palmas e era afiliada ao SBT. Depois de sair do ar por alguns meses, a emissora voltou ao ar, dessa vez afiliada à Rede Record.

³ Informações obtidas em: < <http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/46398/porto+nacional+no+tocantins+ganhara+emisso+ra+de+tv+em+janeiro>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

Antes da instalação da emissora no Tocantins, o sinal da Band foi retransmitido pela TV Palmas, pela TV Javaés e pela TV Girassol. Em 2008, o Grupo Bandeirantes inaugurou a Band Tocantins, a primeira emissora própria da Band a ser aberta na região Norte. No entanto, em 2015, a emissora foi fechada e o canal passou apenas a retransmitir a programação nacional⁴.

A SIL TV é uma emissora de Gurupi fundada por Silvério Maciel Filho em 2006. A emissora era afiliada à Rede TV, mas desde 2015 passou a retransmitir o sinal da Band. Um dos principais programas da SIL TV é o SIL TV Notícias, que tem como apresentador o próprio fundador do veículo⁵.

A Rede Tocantins de TV surgiu em 2009 e é afiliada à Rede TV. A empresa fundadora da emissora trabalhou nas áreas de publicidade e comunicação por 9 anos, até que em 2008 participou da Consulta Pública aberta pelo Ministério das Comunicações para a execução de serviços de retransmissão de televisão. Um ano depois, o sinal foi transmitido pela primeira vez.

A Tocantins TV surgiu em 2016 e foi a primeira emissora de televisão online do Tocantins. A emissora funciona através de uma página no Facebook, onde são postados vídeos com diferentes programas. A emissora conta com tecnologia para produzir imagens com drones e em 360 graus⁶.

A TV Colinas começou em fevereiro de 2009, fundada pelo radialista Valmir de Freitas e o fazendeiro e comerciante Wellington Luis de Faria, no canal 5 afiliado do SBT, mas foi desativada em agosto de 2012 por não atender a determinadas exigências da Antael⁷. Após três anos inativa a TV voltou ao ar, dessa vez no canal 7 afiliado da TV Record e em parceria com a Fundação Rede Sat.

A TV Alvorada é uma emissora de Araguaína, transmitida no canal 9 e filiada da TV Gazeta. A emissora tem uma programação local e seu programa de maior destaque é o Lucas Lima na TV. Em fevereiro de 2017, foi adquirida pelo pastor Bueno Júnior, da Igreja Vida⁸.

⁴ Informações disponíveis em: <<https://portal.comunique-se.com.br/diretor-geral-deve-deixar-afiliada-sbt-no-tocantins/>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

⁵ Informações disponíveis em: <<http://www.atitudeto.com.br/sil-tv-de-gurupi-deixa-a-rede-tv-e-passara-a-transmitir-a-a-band/>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

⁶ Informações disponíveis em: <https://www.facebook.com/pg/TocantinsTV/about/?ref=page_internal>. Acesso em 03 jan. 2018.

⁷ Informações obtidas em: <<https://www.t1noticias.com.br/estado/tv-colinas-e-fechada-e-nao-vai-exibir-propaganda-eleitoral/39836/>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

⁸ Informações obtidas em: <<https://www.gospelgeral.com.br/2017/02/07/pastor-bueno-junior-assume-tv-alvorada-de-araguaina-canal-9-igrejas-poderao-locar-horario/>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

A TV Graciosa entrou no ar em 2016, inicialmente como afiliada da Rede TV. Mas em fevereiro de 2017 a emissora passou a ser afiliada da TV Cultura. Com sede na capital, a TV Graciosa produz uma programação local e faz parte da RGC (Rede Graciosa de Comunicação), um aglomerado de TV e rádio⁹.

METODOLOGIA

A mídia regional tem ganhado mais destaque ao longo dos anos graças a uma maior estabilidade financeira do país e principalmente ao advento da internet. O processo de ‘interiorização’ dos veículos aliado à tecnologia tem proporcionado mudanças expressivas no que diz respeito ao consumo e divulgação das informações. As empresas de âmbito nacional ainda desfrutam de credibilidade, mas já sofrem com a concorrência dos produtos jornalísticos regionais que apostam na notícia de proximidade.

Esta pesquisa se propõe a investigar como as emissoras de televisão do Tocantins têm utilizado o ciberespaço para expandir o seu conteúdo. A ideia é verificar se fazem uso das mídias sociais e de qual maneira têm explorado suas potencialidades. A televisão tocantinense foi escolhida por ainda ser pouco explorada pelas pesquisas desenvolvidas no âmbito acadêmico. Além disso, como se trata de um objeto em constante transformação, faz-se necessário acompanhar a sua evolução.

Deste modo, é possível afirmar que se trata de uma pesquisa do tipo descritiva, cujos objetivos transitam entre o registro, a descrição, a análise e a interpretação das informações coletadas. Quanto à abordagem, é uma pesquisa quali-quantitativa, visto que identifica as mídias sociais utilizadas pelas emissoras de TV e, em seguida, analisa como é feita essa utilização (produção de conteúdo).

Sobre a coleta de dados, pode-se dizer que obedeceu às seguintes etapas:

a) Pesquisa bibliográfica: foram coletados artigos científicos, livros e material jornalístico que apresentaram informações e referências sobre as emissoras de televisão do Tocantins. O objetivo era elaborar o referencial teórico deste artigo;

b) Documentação direta intensiva: foi feita a captação das informações a partir de um roteiro com a intenção de obter dados sobre o fenômeno. Para tanto, foi desenvolvida a seguinte ficha:

⁹ Informações disponíveis em: <<http://conexaoto.com.br/2016/10/21/palmas-ganha-na-proxima-segunda-feira-novo-veiculo-de-comunicacao-tv-graciosa>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

Ficha dos Veículos	
Nome do veículo:	
Natureza:	
URL:	
Dia de acesso:	
Tipo de Mídia Social:	
Material encontrado:	
Características:	
Hashtags:	
Observações:	

O primeiro item da ficha refere-se ao nome do veículo pesquisado. Exemplo: TVE Tocantins. Já o segundo item, Natureza, refere-se ao tipo de mídia. Exemplo: emissora de televisão. A URL faz referência ao endereço do veículo no ciberespaço. Ex: <http://redesat-to.com.br/>. O dia de acesso também foi anotado assim como o tipo de mídia social. Exemplo: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram etc. O item Material encontrado refere-se às informações relacionadas a texto, áudio, vídeo, ilustração etc. As Características estão relacionadas com os comentários, as curtidas e os compartilhamentos. Por fim, um espaço para anotar alguma observação relevante e que não se encaixou em outro item do roteiro. O item Hashtags serve para anotar as palavras-chave existentes nas postagens e Observações para assinalar dados que não se encaixaram nos demais itens.

SOBRE O CONTEÚDO

Nessa fase da pesquisa foram identificados 44 perfis de 18 emissoras e retransmissoras de televisão tocantinenses em diferentes mídias sociais, sendo que não foi levado em conta se as emissoras e retransmissoras ainda estavam funcionando ou não. Para que houvesse uma melhor visualização e comparativo entre os perfis, foi escolhida uma única data, 20 de dezembro de 2017, para a identificação das postagens e o preenchimento da ficha referente a cada perfil nas mídias sociais.

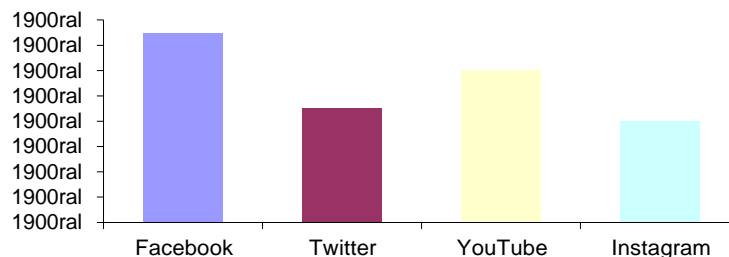
As mídias sociais selecionadas foram Twitter (microblog), Facebook (site de relacionamentos), Instagram (site de compartilhamento de imagens) e YouTube (site de compartilhamento de vídeos). Essas quatro mídias sociais são de grande relevância no contexto brasileiro e permitem uma análise de como se dá a presença dos veículos tradicionais tocantinenses em cada tipo de mídia social, considerando que cada uma exige estratégias comunicacionais diferenciadas.

Algumas emissoras de televisão possuem um nome de perfil geral para o estado todo, como é o caso da TV Anhanguera, cujos três perfis em mídias sociais estão associados ao nome TV Anhanguera Tocantins. Já outras emissoras, possuem perfis específicos para retransmissoras de determinados municípios, como no caso da TV Jovem e da TV Jovem Araguaína.

No entanto, observa-se que certos perfis de retransmissoras, assim como perfis criados em administrações passadas ou com nomes antigos das emissoras não estão sendo alimentados, como é o caso do perfil da Record Gurupi e SBT Gurupi. Já no caso dos perfis ligados à TVE, apenas os da TVE Tocantins estão sendo alimentados, enquanto o perfil com o nome REDESAT TV Palmas não é alimentado desde o ano de 2010.

A mídia social mais utilizada pelas emissoras de televisão tocantinenses é o Facebook, com 15 perfis identificados; seguida do YouTube, com 12 perfis; do Twitter, com 9 e do Instagram, com apenas 8 perfis (ver Gráfico 01). No entanto, somente 12 perfis no Facebook, 5 perfis no YouTube, 4 perfis no Twitter e 6 perfis no Instagram parecem estar sendo alimentados regularmente.

Gráfico 01 – Perfis nas Mídias Sociais das emissoras de TV tocantinenses



Após a identificação das mídias sociais utilizadas pelas emissoras de TV, foi feito um levantamento das postagens dos perfis em cada uma delas. Para tanto, foi escolhido o dia 20 de dezembro, uma quarta-feira, como referência para a coleta dos dados. As anotações foram feitas na ficha e levou em consideração, em um primeiro momento, o número de postagens, o número de curtidas, o número de comentários e o número de compartilhamentos (ver Quadro 01). Em um segundo momento, é feita a descrição dos elementos utilizados, como imagens, links, textos, vídeos etc (ver Quadro 02).

Quadro 01 – Quadro ilustrativo das postagens das emissoras de TV

Emissora	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram
TV Anhanguera Tocantins	3 postagens 1022 curtidas 82 comentários 107 compartilhamentos	03 postagens 03 curtidas Ø retuítes Ø comentários	-	Não houve postagem
TV Jovem Araguaína Afiliada Recordtv	01 postagem 4 curtidas Ø comentários 01 compartilhamento	-	-	-
TV Jovem - Afiliada Recordtv	2 postagens 14 curtidas 10 comentários 04 compartilhamentos	-	01 postagem 154 visualizações 06 curtidas Ø comentários	Não houve postagem
Record Gurupi	Não houve postagem	-	-	-
TV Colinas	Não houve postagem	-	Não houve postagem	-
SBT Tocantins	04 postagens 169 curtidas 08 comentários 11 compartilhamentos	06 postagens Ø curtidas Ø retuítes Ø comentários	03 postagens 159 visualizações 02 curtidas Ø comentários	Não houve postagem
SBT Gurupi	Não houve postagem	-	-	-
TV Paraíso SBT	Não houve postagem	Não houve postagem	Não houve postagem	-
TV Porto	Não houve postagem	-	Não houve postagem	Não houve postagem
Redesat TV Palmas	-	Não houve postagem	-	-
TVE Tocantins	04 postagens 25 curtidas 05 comentários 03 compartilhamentos	-	05 postagens 163 visualizações 01 curta Ø comentários	-
Band Tocantins	Não houve postagem	02 postagens Ø curtidas Ø retuítes Ø comentários	Não houve postagem	Não houve postagem
SIL TV	05 postagens 278 curtidas 45 comentários 13 compartilhamentos	-	Não houve postagem	-
Rede Tocantins de TV	-	Não houve postagem	-	-
Tocantins TV	09 postagens 343 curtidas	07 postagens Ø curtidas	Não houve postagem	16 postagens 22 curtidas

	267 comentários 226 compartilhamentos	Ø retuítes Ø comentários		02 comentários
TV Alvorada Do Tocantins	Não houve postagem	Não houve postagem	Não houve postagem	Não houve postagem
RBTV Palmas	-	-	Não houve postagem	-
TV Graciosa	07 postagens 06 curtidas 01 comentário 02 compartilhamentos	Não houve postagem	06 postagens 11 visualizações Ø curtidas Ø comentários	Não houve postagem

Fonte: Produção Própria

A TV Anhanguera Tocantins possui três perfis nas mídias sociais: um no Twitter, um no Facebook e um no Instagram. O número de comentários, curtidas e compartilhamentos no Twitter foi muito baixo. Entretanto, as postagens para o Facebook, que foram idênticas as do Twitter, receberam bem mais comentários, curtidas e compartilhamentos, totalizando 1022 curtidas, 107 compartilhamentos e 82 comentários.

O único perfil encontrado da TV Jovem Araguaína afiliada da Record foi no Facebook. No dia do preenchimento da ficha havia apenas uma postagem no perfil, que continha um vídeo de transmissão ao vivo. A postagem teve 04 curtidas, 01 compartilhamento e nenhum comentário.

Já a TV Jovem Afiliada Recordtv possui 03 perfis, sendo um no Facebook, um no Instagram e um no YouTube. No dia do preenchimento da ficha havia 02 postagens no Facebook, ambas contendo vídeos de transmissões ao vivo. Contando as duas postagens, totalizaram-se 14 curtidas, 10 comentários e 04 compartilhamentos. Não havia postagens no Instagram nesse dia, apesar de haver postagens em dias anteriores e o perfil parecer ativo. No perfil do YouTube, houve uma postagem, que contou com 154 visualizações, 06 curtidas e nenhum comentário.

A Record Gurupi possui perfil apenas no Facebook. No dia do preenchimento da ficha não havia postagens e o perfil parecia não ser alimentado, a última postagem era de março de 2016. A TV Colinas possui perfis em duas mídias sociais, sendo um no Facebook e um no YouTube. No dia do preenchimento da ficha não havia postagens no perfil do Facebook, mas havia postagens em dias anteriores e o perfil parecia estar sendo alimentado. No perfil do YouTube, a última postagem era de abril de 2017.

O SBT Tocantins possui 04 perfis nas mídias sociais, sendo um no Twitter, um no Facebook, um no Instagram e um no YouTube. No dia do preenchimento da ficha havia 06 postagens no Twitter com links para vídeos postados no canal do YouTube da emissora. Três postagens eram repetidas, sendo apenas avisos de que os vídeos foram adicionados no canal do YouTube. Não houve compartilhamentos, comentários ou curtidas. No perfil da emissora no Facebook havia 04 postagens com bastante comentários, curtidas e compartilhamentos. Não houve postagens no Instagram nesse dia, apesar de haver postagens em dias anteriores e o perfil parecer ativo. No YouTube, havia 03 vídeos postados e um número de visualizações, comentários e curtidas menor quando comparado às postagens no Facebook.

O SBT Gurupi tem perfil apenas no Facebook. No entanto, o perfil não está sendo alimentado. A TV Paraíso SBT possui perfis em 03 mídias sociais, sendo um no Twitter, um no Facebook e um no YouTube, mas apenas o perfil no Facebook parece ser alimentado. No dia da coleta, não houve postagem. Já a TV Porto possui 03 perfis em mídias sociais, sendo um no Facebook, um no Instagram e um no YouTube. No dia do preenchimento da ficha não havia postagens no Facebook, mas havia postagens em outros dias. No perfil do YouTube havia apenas uma postagem de abril de 2017. O perfil no Instagram também parecia não ser alimentado, já que não continha nenhuma postagem.

A REDESAT TV Palmas, possui apenas um perfil no Twitter, cuja última postagem foi em 2010. Esse fato pode ser explicado em virtude da mudança do nome da empresa para TVE Tocantins. Já a TVE Tocantins possui 02 perfis nas mídias sociais: um no Facebook e outro no YouTube. No dia do preenchimento da ficha havia 04 postagens no Facebook que receberam 25 curtidas, 05 comentários e tiveram 03 compartilhamentos.

Quadro 02 – Tipos de elementos encontrados nas postagens

Emissora	Facebook	Twitter	YouTube	Instagram
TV Anhanguera Tocantins	Link Texto Imagem Emoticon Hashtag	Link Texto Imagem Emoticon Hashtag	-	Não houve postagem

TV Jovem Araguaína Afiliada Recordtv	Vídeo	-	-	-
TV Jovem - Afiliada Recordtv	Vídeo	-	Vídeo	Não houve postagem
Record Gurupi	Não houve postagem	-	-	-
TV Colinas	Não houve postagem	-	Não houve postagem	-
SBT Tocantins	Link Texto Vídeo	Texto Vídeo	Texto Vídeo	Não houve postagem
SBT Gurupi	Não houve postagem	-	-	-
TV Paraíso SBT	Não houve postagem	Não houve postagem	Não houve postagem	-
TV Porto	Não houve postagem	-	Não houve postagem	Não houve postagem
Redesat TV Palmas	-	Não houve postagem	-	-
TVE Tocantins	Link Texto Imagem Vídeo Hashtag	-	Vídeo	-
Band Tocantins	Não houve postagem	Link Texto Imagem	Não houve postagem	Não houve postagem
SIL TV	Texto Vídeo	-	Não houve postagem	-
Rede Tocantins de TV	-	Não houve postagem	-	-
Tocantins TV	Texto Imagem Vídeo	Link Texto	Não houve postagem	Texto Imagem
TV Alvorada Do Tocantins	Não houve postagem	Não houve postagem	Não houve postagem	Não houve postagem
RBTV Palmas	-	-	Não houve postagem	-
TV Graciosa	Link Texto Vídeo	Não houve postagem	Vídeo	Não houve postagem

Fonte: Produção Própria

Em relação ao conteúdo, a primeira postagem continha uma imagem e um texto curto; a segunda continha um link para outro site, a terceira continha um vídeo com um pequeno título e a quarta continha um vídeo com um pequeno texto. Havia 05 postagens no canal do YouTube. Em nenhum dos dois perfis havia um número significativo de curtidas, comentários e compartilhamentos.

A Band Tocantins possui 04 perfis nas mídias sociais, sendo um no Twitter, um no Facebook, um no YouTube e um no Instagram. No perfil do Twitter havia duas postagens, ambas com imagens, pequenos textos e um link para outro site. Em nenhuma das postagens havia curtidas, comentários ou compartilhamentos. Não havia postagens no perfil do Facebook e do Instagram no dia do preenchimento das fichas, mas havia postagens em dias anteriores e os perfis pareciam ativos. Já no caso do YouTube, a última postagem foi em maio de 2015. Em nenhum dos perfis há conteúdo local, as postagens são sobre a programação da Band nacional.

A SIL TV, emissora de Gurupi afiliada da Band, possui 02 perfis nas mídias sociais, um no Facebook e um no YouTube. No perfil do Facebook, havia 05 postagens no dia do preenchimento da ficha, todas continham vídeos, mas apenas duas apresentavam títulos. Ao todo as postagens receberam 278 curtidas, 45 comentários e 13 compartilhamentos. Não havia postagens no perfil do YouTube, a última foi em julho de 2017.

A Rede Tocantins de TV possui apenas um perfil no Twitter, mas a última postagem é de maio de 2012. Já a Tocantins TV possui 04 perfis nas redes sociais, sendo um no Twitter, um no Facebook, um Instagram e um no YouTube. No perfil do Twitter havia 07 postagens no dia do preenchimento da ficha, todas as postagens continham um texto pequeno e 06 delas continham um link para outro site. Não havia compartilhamentos, comentários ou curtidas em nenhuma postagem. No perfil do Facebook, havia 09 postagens, todas continham pequenos textos, 04 possuíam vídeos e 05 possuíam imagens. No total, as postagens tiveram 343 curtidas, 267 comentários e 226 compartilhamentos. No Instagram, havia 16 postagens, sendo que 14 continham apenas imagens, 01 continha título e 01 continha um texto curto. No total, as postagens tiveram 22 curtidas e 02 comentários. No perfil do YouTube, não havia postagens nesse dia, mas havia postagens em dias anteriores e o perfil parecia ativo.

A TV Alvorada do Tocantins possui 04 perfis em redes sociais: um no Twitter, um no Facebook, um no Instagram e um no YouTube. Nos perfis do Twitter, Facebook e YouTube não havia postagens no dia do preenchimento da ficha e as últimas postagens

eram de setembro de 2017. Já no perfil do Instagram, apesar de não haver postagens no dia, havia postagens anteriores e o perfil parecia estar ativo.

A RBTV Palmas possui apenas um perfil no YouTube, mas a última postagem é de julho de 2017. Já a TV Graciosa possui 04 perfis nas mídias sociais, sendo um no Twitter, um no Facebook, um Instagram e um no YouTube. No perfil do Twitter, não havia postagens no dia do preenchimento da ficha e a última postagem era de maio de 2017. No perfil do Facebook, havia 07 postagens, 06 delas eram links para vídeos no YouTube e 01 continha um vídeo com um título. No total, as postagens receberam 06 curtidas, 01 comentário e 02 compartilhamentos. No perfil do Instagram, não havia postagens no dia e a última postagem foi feita em outubro de 2017. No YouTube, foram postados 06 vídeos que tiveram um total de 11 visualizações e nenhum comentário ou curtida.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o surgimento das mídias sociais, um novo espaço de produção e distribuição de notícias foi criado e o aproveitamento desse espaço pelo jornalismo mostra-se imprescindível no momento atual. O bom uso das ferramentas oferecidas pelas mídias sociais possibilita que o jornalista consiga fazer as informações chegarem aos consumidores. As informações devem estar onde os consumidores estão, com linguagem e formato adequados àquele determinado ambiente.

Desse modo, considerando também o surgimento de novos hábitos de consumo da população, a utilização das mídias sociais pelas emissoras de televisão é uma importante tarefa a ser cumprida. A televisão pode não ter mais o alcance que tinha décadas atrás, mas à medida que se faz presente também em outras plataformas, como nas mídias sociais, seu alcance pode ser potencializado.

No Tocantins foram identificadas 18 emissoras de televisão com perfis em mídias sociais. Algumas dessas surgiram ainda antes da criação do Estado, na região do antigo norte goiano, como é o caso da TV Anhanguera e da TVE Tocantins. Essas emissoras contribuíram para o importante contexto social daquela época e auxiliaram no registro de parte da história do Estado.

Dentre os 44 perfis encontrados, apenas quatro utilizaram hashtags em suas postagens e somente duas utilizaram emoticons, sendo que esses dois últimos pertenciam à TV Anhanguera Tocantins. Imagem, texto e vídeo são elementos

presentes nas postagens, no entanto, o áudio, desacompanhado de imagem, não é um recurso explorado em nenhuma das postagens.

Através da análise, podemos perceber que as emissoras de televisão tocantinenses ainda não exploram adequadamente as ferramentas oferecidas pelas mídias sociais, visto que em muitos casos a informação não parece ter sido construída ou moldada para a plataforma específica em que está sendo divulgada, o que acaba por criar uma barreira entre o público e a informação.

A plataforma que se mostrou mais adequada para a interação com o público foi o Facebook. Nas demais mídias as interações foram escassas, enquanto os perfis no Facebook receberam um total de 418 comentários e 1861 curtidas em 35 postagens, os perfis no Instagram (segunda mídia social com mais comentários e curtidas) receberam apenas 02 comentários e 22 curtidas em um total de 16 postagens. Apesar do número de postagens no Facebook ser superior, o número de curtidas e comentários ainda é bem mais levado com relação ao das demais mídias sociais, além disso, observa-se que por vezes o mesmo conteúdo postado em mídias diferentes recebia muito mais curtidas e comentários no Facebook.

O projeto de Iniciação Científica “Jornalismo tocantinense nas mídias sociais: a circulação de conteúdo dos veículos tradicionais” ainda está em andamento e pretende analisar as mídias sociais dos demais veículos tradicionais tocantinenses, como impresso e rádio.

REFERÊNCIAS

ACIOLI, Sonia. **Redes sociais e teoria social**: revendo os fundamentos do conceito. Informação & Informação, v. 12, n.esp., 2007.

AMARAL, Inês. **Redes Sociais na Internet**: Sociabilidades Emergentes. Corvilhã: Editora LabCom.IFP, 2016.

ATITUDE TOCANTINS. Sil TV de Gurupi deixa a Rede TV e passará a transmitir a Band. **Atitude Portal de Notícias**, 25 jun. 2015. Disponível em: <<http://www.atitudeto.com.br/sil-tv-de-gurupi-deixa-a-rede-tv-e-passara-a-transmitir-a-a-band/>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação**: Economia, Sociedade e Cultura Vol. 1 - O Poder da Identidade. São Paulo, Ed. Paz e Terra, 1999.

COLONOMOS, Ariel. **Emergence d'un objet et perspectives internationalistes**. In.: CHARILLON, Frédéric. et al. Sociologie des réseaux transnationaux. Paris: Editions L'Harmattan, 1995.

CONEXÃO TOCANTINS. Palmas ganha na próxima segunda-feira novo veículo de comunicação: TV Graciosa. **Conexão Tocantins**, [S.l.], 2016. Disponível em:

<<http://conexaoto.com.br/2016/10/21/palmas-ganha-na-proxima-segunda-feira-novo-veiculo-de-comunicacao-tv-graciosa>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

CRISTINA, Isabel. TV Colinas é fechada e não vai exibir propaganda eleitoral. **T1 Notícias**, Palmas, 22 ago. 2012. Disponível em: <<https://www.t1noticias.com.br/estado/tv-colinas-e-fechada-e-nao-vai-exibir-propaganda-eleitoral/39836/>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

GOSPEL GERAL. Pastor Bueno Júnior assume TV Alvorada de Araguaína, canal 9; igrejas poderão locar horário. **Gospel Geral**, [S.l.], 07 fev. 2017. Disponível em: <<https://www.gospelgeral.com.br/2017/02/07/pastor-bueno-junior-assume-tv-alvorada-de-araguaina-canal-9-igrejas-poderao-locar-horario/>>. Acesso em: 04 jan. 2018.

HAMBURGER, Éster. **Diluindo fronteiras**: a televisão e as novelas do cotidiano. In: História da Vida Privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea. vol. 4. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

LIMA JUNIOR, Water Teixeira. **Mídia social conectada**: produção colaborativa de informação de relevância social em ambiente tecnológico digital. *Libero*, São. Paulo, v. 12, n. 24, p. 95-106, dez./2009.

PORTAL IMPRENSA. Porto Nacional, no Tocantins, ganhará emissora de TV em janeiro. **Portal IMPRENSA**, [S.l.] 26 dez. 2011. Disponível em: <<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/46398/porto+nacional+no+tocantins+ganhar+emissora+de+tv+em+janeiro>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

ROCHA, Liana Vidigal; SOARES, Sérgio Ricardo; ARAÚJO, Valmir Teixeira. **Abrangências locais no Jornalismo Online do Tocantins**. Comunicação & Inovação. PPGCOM/USCS, v. 15, n. 29, p. 171-185, jul-dez 2014.

SANTAELLA, Lucia. **Intersubjetividade nas redes digitais**: repercussões na educação. In: PRIMO, A. Interações em rede. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SANTOS, Jocyléia Santana dos. **A história da mídia audiovisual**: a televisão no Tocantins. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 05, 2007, São Paulo. Anais... São Paulo: História da Mídia, 2007.

SANTOS, Jocyleia Santana dos. **A Sedução da Imagem: a televisão no limiar do Tocantins**. Palmas: EDUFT, 2015.

SCARDOELLI, Anderson. Diretor Geral deve deixar afiliada do SBT no Tocantins. **Portal Comunique-se**, São Paulo, 25 abr. 2017. Disponível em: <<https://portal.comunique-se.com.br/diretor-geral-deve-deixar-afiliada-sbt-no-tocantins/>>. Acesso em: 02 jan. 2018.

TELLES, André. **A revolução das Mídias Sociais**: Estratégias de marketing digital pra você e sua empresa terem sucesso nas mídias sociais. São Paulo: Editora M.Books do Brasil, 2010. Disponível em: <<http://www.andretelles.net.br/downloads/a-revolucao-das-midias-sociais-andre-telles.pdf>>. Acesso em: 07 jan. 2018.

TOCANTINS TV. **Perfil Facebook**, [S.l.], 2018. Disponível em: <https://www.facebook.com/pg/TocantinsTV/about/?ref=page_internal>. Acesso em 03 jan. 2018.