



UNIVERSIDADE  
E D U A R D O  
MONDLANE

Escola de Comunicação e Artes  
Mestrado em Gestão de Medias Digitais

**TRANSMISSÃO STREAMING DE NOTÍCIAS PELAS REDES SOCIAIS: UM  
EXEMPLO DE CASO DA TV MIRAMAR**

**Candidata:** Ana Afelecina Chongo

**Maputo, 25 de Agosto 2023**

Escola de Comunicação e Artes  
Mestrado em Gestão de Mídias Digitais

**TRANSMISSÃO *STREAMING* DE TELEJORNAL PELAS REDES SOCIAIS: UM  
EXEMPLO DE CASO DA TV MIRAMAR**

Dissertação apresentada à Escola de Comunicação e Artes da  
Universidade Eduardo Mondlane, como requisito parcial para  
obtenção de grau de Mestrado em Gestão de Mídias Digitais.

**Candidata:** Ana Afelecina Chongo

**Supervisor:** Prof. Doutor Celestino Joanguete

**Maputo, 25 Agosto de 2023**

## **Índice**

Índice de gráficos.....	v
Lista de abreviaturas e Siglas .....	vi
Declaração de honra .....	vii
Dedicatória.....	viii
Agradecimentos.....	ix
Epígrafe .....	x
RESUMO .....	xi
ABSTRACT .....	xii
CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO.....	13
1.1. Justificativa .....	14
1.2. Problema de pesquisa.....	14
1.3. Objectivo geral.....	16
1.4. Objectivo específicos .....	16
CAPÍTULO 2: METODOLOGIA DO ESTUDO .....	17
2.1. Abordagens .....	17
2.2. Técnica de recolha de dados .....	17
2.3. Amostra.....	18
2.4. Técnica de análise de dados.....	18
CAPÍTULO 3: REFERENCIAL TEÓRICO.....	20
3.1. Evolução da transmissão de telejornal pela TV e redes sociais.....	20
3.1.1 Histórico da transmissão de telejornal pela TV .....	21
3.1.2 Surgimento e popularização das redes sociais .....	22
3.1.3 Integração entre TV e redes sociais na transmissão de telejornal .....	23
3.2. Desafios da transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais .....	25
3.2.1 Instabilidade da conexão de internet .....	26

3.2.2 Controle de qualidade das informações transmitidas.....	27
3.2.3 Interação com os usuários e gestão de comentário. ....	28
3.3. Impacto da transmissão de telejornais ao vivo pelas redes sociais na produção e consumo de notícias.....	30
3. 2. Novos formatos de conteúdo e narrativa.....	31
3.4. Mudança no papel dos jornalistas e produtores de conteúdo.....	32
3.5. Aumento do engajamento e participação dos usuários na produção de notícias .....	33
3.6. Engajamento dos usuários com as transmissões ao vivo de notícias.....	34
3.6.1 Análise de métricas de engajamento (visualizações, curtidas, compartilhamentos)	35
3.6.2 Perfil dos usuários que mais interagem com as transmissões de notícias ao vivo ...	36
3.6.4 Análise de comentários e interações dos usuários durante as transmissões ao vivo	37
3.7. Estudos de caso de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais .....	38
3.8. Perspectivas futuras da transmissão de notícias pelas redes sociais .....	39
3.8.1 Tendências tecnológicas e inovações na transmissão de notícias .....	40
3.8.2. Possíveis impactos da transmissão de telejornal pelas redes sociais na sociedade e na indústria jornalística .....	42
3.9. Análise do quadro teórico .....	43
CAPÍTULO 4. TV MIRAMAR: DESCRIÇÃO DO CASO .....	45
4.1. Análise da estratégia de transmissão de telejornal ao vivo pela TV Miramar.....	46
4.2. Resultados obtidos com a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pela TV Miramar. ....	47
4.3 Desafios e oportunidades para a TV Miramar na transmissão de telejornal pelas redes sociais.....	48
4.3.1 Desafios:.....	49
4.3.2 Oportunidades: .....	49
4.4. Produção e transmissão streaming na TV Miramar .....	50
CAPITULO 5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS .....	73
5.1. Nota final .....	77

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	78
Anexos.....	81

## Índice de gráficos

Gráfico 1 : Frequência de transmissão de notícias ao vivo na Tv Miramar pelas redes sociais. .....	60
Gráfico 2: O tipo de redes sociais em que os usuários assistem as transmissão de notícias ao vivo pela Tv Miramar. ....	62
Gráfico 3: Opinião dos entrevistados sobre a transmissão de <i>streaming</i> de notícias pela TV Miramar nas redes sociais.....	63
Gráfico 4: Acessibilidade das transmissões de notícias ao vivo e pela TV aberta.....	64
Gráfico 5: Transmissões de notícias pelas redes sociais da TV Miramar são mais informativas do que as transmissões tradicionais na TV aberta. ....	65
Gráfico 6: Resultados sobre interação ou comentários dos usuários durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais. ....	67
Gráfico 7: O tipo de interação que os usuários costumam fazer durante as transmissões de notícias ao vivo da Tv Miramar pelas redes sociais. ....	68
Gráfico 8: Transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar percebida pelos usuários promove a participação do público na produção de conteúdos informativos...69	
Gráfico 9: A avaliação da interação durante as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar varia entre os usuários .....	70
Gráfico 10: As transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar e a sua influencia na percepção dos usuários sobre os assuntos abordados. ....	71

## **Lista de abreviaturas e Siglas**

RV – Realidade Virtual

IURD –Igreja Universal do Reino de Deus

RA – Realidade Aumentada

ADN –Ácido desorirribonucleico

MPEG –Motion Picture Experts Group

CISNET – Computer Science Network

ARPANET – Advanced Reseach Projects Agency Network

AI – Inteligência Artificial

## **Declaração de honra**

Eu, Ana Afelecina Chongo, declaro por minha honra, que esta Dissertação nunca foi apresentada em nenhuma outra instituição para obtenção de qualquer grau, e que a mesma, constitui o resultado da minha investigação pessoal das orientações do meu supervisor;

Declaro ainda, que todas fontes consultadas estão devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas.

Maputo, Agosto 2023

---

Ana Afelecina Chongo

## **Dedicatória**

À toda minha família, meu esposo Armando Mussuei e meu filho Alexander Mussuei!

## **Agradecimentos**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus por nunca me desamparar e por estar comigo em todos os momentos.

Ao meu supervisor, Prof. Doutor Celestino Joanguete, que com elevado conhecimento da Ciência e paciência concedeu-me o privilégio e devido acompanhamento, encorajamento e críticas construtivas sem as quais, o presente trabalho não alcançaria os resultados desejados no momento mais difícil da minha vida pessoal.

Ao colega Dinis Langa, por partilhar seu conhecimento na revisão linguística do trabalho. Ao colectivo de docentes da I Edição do Mestrado em Gestão de Media Digitais, da Escola de Comunicação e Artes da Universidade Eduardo Mondlane, contribuíram significativamente para o meu crescimento intelectual e científico.

A todos os colegas de turma, que desde o início do Curso, criaram um ambiente de irmandade, convivência saudável, espírito de partilha de conhecimento, com um elevado senso de cordialidade misturado com senso humor e respeito mútuo.

Aos membros do meu grupo de estudo (grupo especial), Mussa, Taiado, Chicote, Chichongue, Aïdess, Ofélio, Carla, Vanessa e Maria Rosinda à quem sou grato pela troca de experiências e troca de impressões durante a realização de diversos trabalhos de pesquisa.

Ao meu pai e irmãos que desde cedo acreditaram e apostaram em mim em todos os sentidos, sobretudo, para que pudesse fazer este Mestrado e pudesse singrar na carreira académica e profissional.

## **Epígrafe**

*O streaming permite a reprodução de conteúdos protegidos por direitos autorais sem a infração dos mesmos, por parte dos usuários.*

(Revoredo, 2017)

## RESUMO

A transmissão *streaming* de telejornal pelas redes sociais como um exemplo de caso da TV Miramar, traz contribuições importantes para o entendimento dos padrões de consumo de notícias nas redes sociais. Esse estudo destaca a relevância da interação e participação dos usuários nesse contexto. Com o avanço da tecnologia e o acesso generalizado à internet, as redes sociais têm desempenhado um papel cada vez mais significativo na disseminação de informações. As pessoas têm utilizado essas plataformas como fonte importante de notícias e atualizações.

Os resultados indicam que a transmissão de notícias ao vivo pela TV Miramar pelas redes sociais tem um público engajado e que valoriza essa forma de acesso às informações.

Uma das principais implicações desse estudo é que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais permite uma maior acessibilidade e alcance, tornando-se uma opção viável e atractiva para os usuários em comparação às transmissões tradicionais pela TV aberta. Além disso, a interação dos usuários durante as transmissões demonstra um aumento no envolvimento do público na produção de conteúdo informativo.

Contribuições importantes desse estudo estão relacionadas ao entendimento dos padrões de consumo de notícias nas redes sociais, bem como ao reconhecimento da importância da interação e participação dos usuários nesse contexto. Essas informações podem ser úteis para a TV Miramar e outras organizações de mídia que desejam explorar e otimizar suas estratégias de transmissão de notícias pelas redes sociais.

**Palavras-chaves:** Transmissão *streaming*, Telejornal, Redes sociais, Consumo de notícias, TV Miramar

## **ABSTRACT**

The streaming of television news on social networks, as an example of the case of TV Miramar, brings important contributions to the understanding of news consumption patterns on social networks. This study highlights the relevance of user interaction and participation in this context. With the advancement of technology and widespread access to the internet, social networks have played an increasingly significant role in the dissemination of information. People have been using these platforms as an important source of news and updates.

The results indicate that TV Miramar's broadcast of live news via social media has an engaged audience that values this form of access to information.

One of the main implications of this study is that live news broadcasting via social media allows for greater accessibility and reach, making it a viable and attractive option for users compared to traditional broadcasts via open TV. Furthermore, user interaction during broadcasts demonstrates an increase in audience involvement in the production of informative content.

Important contributions of this study are related to the understanding of news consumption patterns in social networks, as well as the recognition of the importance of user interaction and participation in this context. This information can be useful for TV Miramar and other media organizations that want to explore and optimize their news delivery strategies through social networks.

**Keywords:** Streaming transmission, TV news, Social networks, News consumption, TV Miramar

## **CAPÍTULO 1: INTRODUÇÃO**

A transmissão do telejornal em tempo real pelas redes sociais tornou-se uma prática comum para muitos meios de comunicação. As plataformas de *streaming* de vídeo, como o Facebook *Live* e o Instagram *Live*, oferecem uma maneira fácil e rápida para as empresas de mídia transmitirem conteúdo ao vivo, permitindo que as notícias cheguem mais rapidamente aos telespectadores.

No contexto moçambicano, a TV Miramar é um dos principais meios de comunicação que utiliza as redes sociais para a transmissão de telejornal. No entanto, embora a transmissão de notícias ao vivo tenha se tornado uma prática comum, há poucos estudos que abordam os impactos dessa estratégia de transmissão na produção e consumo de notícias pelos usuários de redes sociais.

A justificativa para a realização deste estudo deve-se ao facto de que, a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais é uma prática cada vez mais comum na indústria de mídia, mas pouco se sabe sobre seus efeitos na produção e consumo de notícias pelos usuários. Além disso, a pesquisa pode contribuir para o desenvolvimento de estratégias de transmissão de telejornal mais eficazes, que possam aumentar a interação com o público e melhorar a qualidade do conteúdo jornalístico.

Para a realização da pesquisa, será utilizada uma metodologia de estudo de caso, com análise de conteúdo das transmissões de telejornal ao vivo da TV Miramar nas redes sociais, entrevista com jornalistas e especialistas em comunicação, e questionários com os usuários de redes sociais que assistem às transmissões.

A estrutura da dissertação será composta por cinco capítulos. O primeiro capítulo apresentará a introdução, contextualização do tema, o problema, objectivos geral, especificos e justificativa. O segundo capítulo será composto pela metodologia de estudo explicando os procedimentos e os métodos usados na pesquisa. O terceiro capítulo aborda o referencial teórico onde se discutem os pressupostos básicos sobre as obras, teorias, conceitos e os autores fazendo-se a interseção entre a evolução, impactos da transmissão *streaming* das notícias e as redes sociais. O quarto capítulo consiste na apresentação, análise, discussão dos resultados que foram obtidos ao longo da pesquisa e culmina com a conclusão encontrada diante do trabalho pesquisado.

## **1.1. Justificativa**

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais é uma prática cada vez mais comum na indústria de mídia. Plataformas como o Facebook *Live* e o Instagram *Live* permitem que as empresas de mídia transmitam conteúdo em tempo real, alcançando um público mais amplo e aumentando o engajamento dos usuários. No entanto, apesar da popularidade dessa estratégia, há poucos estudos que abordam os impactos dessa prática na produção e consumo de notícias pelos usuários de redes sociais.

No contexto moçambicano, a TV Miramar é um dos principais meios de comunicação que utiliza as redes sociais para a transmissão de telejornal ao vivo. No entanto, pouco se sabe sobre como essa prática tem afetado o consumo de notícias pelos usuários e quais são os principais desafios enfrentados pela emissora na transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais.

Diante desse cenário, a presente pesquisa tem como objetivo analisar os impactos da transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais, a partir do exemplo de caso da TV Miramar em Moçambique. A justificativa para a realização deste estudo deve-se ao facto de que a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais é uma prática cada vez mais comum na indústria de mídia, mas pouco se sabe sobre seus efeitos na produção e consumo de notícias pelos usuários.

Além disso, a pesquisa pode contribuir para o desenvolvimento de estratégias mais eficazes de transmissão de telejornal pelas redes sociais, que possam aumentar a interação com o público e melhorar a qualidade do conteúdo jornalístico. Por fim, a análise dos desafios enfrentados pela TV Miramar na transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pode servir como base para a elaboração de recomendações e soluções para empresas de mídia em Moçambique que desejam utilizar essa estratégia de transmissão de telejornal.

## **1.2. Problema de pesquisa**

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais é uma prática cada vez mais comum na indústria de mídia. A TV Miramar em Moçambique é um exemplo de meio de comunicação que utiliza as redes sociais para transmitir conteúdo em tempo real. No entanto, pouco se sabe sobre os impactos dessa prática na produção e consumo de notícias pelos usuários de redes sociais.

Netshow(2017)*apud* Neto *at all*(2020 p.20) acredita que com o *streaming* sendo executado, o computador recebe as informações ao mesmo tempo em que as repassa aos usuários, ao invés de ter que aguardar o arquivo ser baixado por completo para que possa assisti-lo ou escutá-lo. Os dados são baixados instantaneamente conforme o arquivo vai sendo executado e esses mesmos dados são armazenados temporariamente e depois deletados do dispositivo.

Por seu turno Tschoe (2001) *apud* Neto *at all*(2020) afirma que para a transmissão eficaz do “*streaming*” de vídeo, através de redes com baixa largura de banda, requer uma alta taxa de compressão de dados para garantir uma qualidade na apresentação visual, tendo como compressão a técnica mais comum, atualmente conhecida como MPEG (Motion Picture Experts Group).

Sob esta óptica Revoredo (2017) afirma que, estudos mostram que o *streaming* permite a produção de conteúdos protegidos por direitos autorais sem a infração dos mesmos, por parte dos usuários.

O problema de pesquisa que orienta este estudo é identificar os principais desafios enfrentados pela TV Miramar na transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais, bem como, analisar os impactos dessa prática na produção e consumo de notícias pelos usuários em Moçambique.

A partir dessa pergunta de partida, a pesquisa busca responder a questões como: Quais são os desafios enfrentados pela TV Miramar na transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais? Como essa prática tem afetado a produção e consumo de notícias pelos usuários em Moçambique? Qual é o nível de engajamento dos usuários com as transmissões ao vivo de notícias?

A busca por respostas a essas questões é fundamental para entender os impactos da transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais e para aprimorar as estratégias de transmissão de notícias pelas empresas de mídia. Com base nas respostas encontradas, espera-se que este estudo possa contribuir para a elaboração de recomendações e soluções para empresas de mídia em Moçambique que desejam utilizar essa estratégia de transmissão de telejornal.

### **1.3. Objectivo geral**

O objetivo geral deste estudo é analisar os impactos da transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais, a partir do exemplo de caso da TV Miramar em Moçambique.

### **1.4. Objectivo específicos**

Com base nas perguntas de partida, os objetivos específicos da dissertação são:

1. Identificar os desafios enfrentados pela TV Miramar na transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais, considerando aspectos técnicos e de infra-estrutura, bem como, as dificuldades relacionadas à produção e qualidade do conteúdo jornalístico transmitido.
2. Analisar o impacto da transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais no consumo de notícias pelos usuários em Moçambique, considerando aspectos como a forma de acesso à informação, a credibilidade das fontes e a relação entre as redes sociais e os veículos tradicionais de comunicação.
3. Avaliar o nível de engajamento dos usuários com as transmissões ao vivo de telejornal, considerando o número de visualizações, compartilhamentos, comentários e interações nas redes sociais.
4. Investigar a qualidade do conteúdo jornalístico transmitido pela TV Miramar pelas redes sociais, avaliando aspectos como a objetividade, a imparcialidade, a relevância e a precisão das informações divulgadas.

## **CAPÍTULO 2: METODOLOGIA DO ESTUDO**

### **2.1. Abordagens**

O presente estudo sobre a transmissão *streaming* de notícias pelas redes sociais, a partir do exemplo de caso da TV Miramar em Moçambique, utilizará uma abordagem qualitativa baseada numa análise de conteúdo para examinar a produção e consumo de notícias através das redes sociais e uma abordagem quantitativa para analisar o nível de engajamento dos usuários nas transmissões de notícias ao vivo.

### **2.2. Técnica de recolha de dados**

Segundo Silveira & Córdova (2009, p. 74), na entrevista semi-estruturada o pesquisador organiza um roteiro sobre o tema que está a ser estudado, mas concede liberdade ao entrevistado para (havendo necessidade), falar livremente sobre assuntos que vão surgindo ao longo da entrevista.

Para a coleta de dados, serão utilizadas três técnicas: entrevistas em profundidade com gestor de informação da TV Miramar, observação e análise de conteúdo, comentários e interações dos usuários nas redes sociais da TV Miramar e aplicação de questionário *online* aos usuários das redes sociais.

Para as entrevistas em profundidade, serão selecionados profissionais da TV Miramar envolvidos na produção e transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais. As entrevistas serão gravadas, transcritas e analisadas.

Nos anos de 1915 e 1930 o termo “Análise de Conteúdo é abordado no Jornalismo por Harold Lasswell para a análise da propaganda e da rádio” Santos(1992, p.120), da qual, 25 anos mais tarde, por volta de 1940, mais pesquisadores da comunicação, tais como Bernard Berelson e Paul Lazarsfeld (pesquisadores da escola americana) corroboram e dão impulso a este método. Outrossim, o grande mérito da pesquisa pertence a Laurence Bardin, que elabora uma obra para discutir as transformações que ocorrem ao longo da sua história, as correlações científicas e a sua aplicabilidade.

A análise de conteúdo dos comentários e interações dos usuários nas redes sociais será realizada por meio da seleção de *posts* e comentários em transmissões ao vivo de notícias da TV Miramar nas redes sociais, tais como Facebook e YouTube. O conteúdo será categorizado em temas e palavras-chave com base nos objetivos do estudo.

De acordo com Gil (1999, p.128), o questionário pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objectivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas”.

O questionário *online* será divulgado nas redes sociais de diversos usuários que acompanham as transmissões de notícias da Tv Miramar ao vivo. O questionário incluirá perguntas sobre a frequência e qualidade das transmissões, interações dos usuários com a TV Miramar nas redes sociais e opiniões sobre o uso das redes sociais para transmissão de telejornal.

### **2.3. Amostra**

A amostra para as entrevistas em profundidade será composta por profissionais da TV Miramar envolvidos na produção e transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais. A amostra para análise de conteúdo será constituída pelos comentários e interações dos usuários nas redes sociais durante as transmissões de notícias da TV Miramar ao vivo. Já a amostra para o questionário *online* será composta por 50 usuários das redes sociais que acompanham as transmissões de notícias da TV Miramar ao vivo.

### **2.4. Técnica de análise de dados**

A análise de dados será realizada por meio da análise de conteúdo dos comentários e interações dos usuários nas redes sociais, análise estatística dos resultados dos questionários e análise de discurso das entrevistas em profundidade. A análise de conteúdo dos comentários e interações dos usuários nas redes sociais será feita por meio da categorização e análise temática dos dados coletados. A análise estatística dos resultados do questionário será realizada utilizando medidas descritivas e inferenciais.

A análise de discurso das entrevistas em profundidade será realizada por meio da identificação de temas e padrões emergentes, a fim de extrair informações relevantes sobre os desafios enfrentados pela TV Miramar na transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais. Por fim, uma análise integrada será realizada para integrar os resultados das diferentes técnicas de coleta de dados e responder às perguntas de pesquisa.

A realização da análise foi concebida a partir da recolha de dados através de leituras e selecção de dados segundo as variáveis de análise que são as redes sociais da Tv Miramar, tabulação de dados, no programa informático Excel, do pacote Microsoft Office, do qual após a inserção de dados gerou os resultados através de tabelas e gráficos.

A realização do trabalho de índole académico obedece algumas etapas fundamentais para a sua concretização. Após a elaboração do projecto de pesquisa, a sua execução compreende cinco fases, a saber: colecta de dados, elaboração de dados, análise e interpretação dos dados, representação dos dados, e conclusões. (Marconi& Lakatos 2003, p.165-171).

Colecta de dados é a etapa que compreende o início da aplicação dos instrumentos elaborados no projecto, tomando em conta as técnicas. O pesquisador colecta documentos essenciais para a pesquisa, no caso esboçamos questionários para uma entrevista efectuada ao Director de informação da TvMiramar e outro para os usuários das redes sociais.

Elaboração de dados é o processo de elaboração e classificação de dados de forma sistemática e compreende três momentos: selecção, apropriação do material e efectivação do exame minucioso dos dados; codificação, consiste na classificação de dados e atribuição de um código, número ou letra, para permitir a sua tabulação; e, tabulação, alinhamento e seccionamento de dados na tabela;

Análise e interpretação de dados é a explicação ou demonstração das evidências ou resultados entre as relações existentes, e entre o fenómeno e os factores estudados. Por sua vez, a interpretação é a exposição do significado do material apresentado, em relação aos objectivos propostos e o tema apresentado;

Representação de dados, estes podem ser apresentados em forma de tabelas, quadros ou e/ou gráficos, que são ilustrações que permitem uma melhor organização e estratificação de dados e conseqüentemente uma clareza para quem vai ler o trabalho.

Apresentação de Conclusões vai explicar os resultados finais da pesquisa, demonstrando se as hipóteses foram refutadas ou comprovadas, e faz uma sumula sobre as ideias essenciais e os resultados obtidos no trabalho.

## CAPÍTULO 3: REFERENCIAL TEÓRICO

### 3.1. Evolução da transmissão de telejornal pela TV e redes sociais

A transmissão de telejornal pela TV e pelas redes sociais tem evoluído significativamente nas últimas décadas, com o avanço da tecnologia e incorporação de novas plataformas de comunicação.

Pereira (2014) acredita que as empresas de comunicação passaram a ambicionar profissionais multimídia que sejam aptos a trabalhar com computadores portáteis usados para a transmissão *streaming* ou *upload* de arquivos de vídeos como também dispositivos para armazenamento e divulgação de dados.

*“O ambiente digital, de facto, nos proporciona a oportunidade de sermos os nossos próprios editores, não só reconfigurando ou personalizando o conteúdo que é do nosso interesse, mas, contribuindo para a produção e desenvolvimento da notícia no telejornalismo. O modelo comunicacional se transforma pois, há uma descentralização de quem emissor é o receptor de informações. As pessoas têm conhecimento do espaço e oportunidade que estão tendo na mídia e fazem circular diferentes informações que podem ser interconectadas e relacionadas com diferentes meios” (Pereira 2014, P.48).*

Actualmente, as emissoras de TV foram se modernizando investindo em equipamentos de transmissão mais sofisticados e na contratação de profissionais especializados em jornalismo e contam com equipas de jornalistas, produtores, editores, cinegrafistas e técnicos que trabalham juntos para levar notícias atualizadas e precisas para o público.

Já as redes sociais são uma forma relativamente nova de disseminação de notícias, que ganharam popularidade no início dos anos 2000. O Facebook, o Twitter e o Instagram, por exemplo, se tornaram plataformas populares para compartilhar notícias e informações com um grande número de pessoas em tempo real. Com o tempo, outras redes sociais populares, como o LinkedIn e o TikTok, oferecem ainda mais opções para a disseminação de notícias.

Embora as redes sociais tenham democratizado a forma como as notícias são disseminadas, permitindo que qualquer pessoa com acesso à internet possa compartilhar informações, elas também apresentam desafios emocionantes. A disseminação de notícias falsas e desinformação tornou-se um problema sério, com muitas pessoas confundindo informações

verdadeiras e falsas. Além disso, as redes sociais podem ser usadas para informações prejudiciais e divisivas, levando a polarização e conflitos sociais.

Em resumo, a transmissão de telejornal pela TV e pelas redes sociais evoluiu significativamente ao longo dos anos, oferecendo novas formas de disseminação de informações para o público em geral. No entanto, essas plataformas apresentam desafios experimentados, com cuidado e atenção por parte de todos os envolvidos na produção e disseminação de notícias.

### **3.1.1 Histórico da transmissão de telejornal pela TV**

O nascimento da televisão e o telejornalismo no Brasil ocorreu de facto em 1950, contudo o processo se inicia alguns anos antes, em 1946, quando o governo Dutra iniciou o processo de concessão, e o grupo Diários Associados começou a trabalhar para implantar a televisão no País (Rico; Vanucci, 2017 *apud* De Sousa 2021).

Umberto Eco (1995)*apud* De Sousa(2021) acredita que diversos profissionais fizeram a televisão se tornar uma realidade e adquirir, com o passar do tempo, essa onipotência e onipresença que é possível identificar, ainda, em pleno século XXI mesmo com todas os questionamentos frente a sobrevivência dos meios de comunicação tradicionais.

Durante as décadas seguintes, o telejornalismo continuou a evoluir, com novas tecnologias e formatos sendo introduzidos. A introdução do satélite permitiu que as emissoras transmitissem notícias e eventos de todo o mundo ao vivo.

Nos anos 80 e 90, sentimos novas redes de notícias 24 horas por dia, como a CNN e MSNBC, que mudaram a forma como as notícias eram inspiradas na TV. A introdução da Internet também teve um grande impacto no jornalismo televisivo, permitindo que as emissoras transmitissem notícias *online* e interagissem com o público por meio de redes sociais.

Atualmente, a televisão continua a ser uma das principais fontes de notícias para muitas pessoas em todo o mundo. As redes de notícias locais, nacionais e internacionais apresentam cobertura em tempo real de eventos importantes e têm equipes de repórteres em todo o mundo para fornecer notícias e informações atualizadas.

### 3.1.2 Surgimento e popularização das redes sociais

Redes são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, integrando novos nós, ou atores, desde que consigam comunicar-se dentro da rede, ou seja, desde que compartilhem os mesmos códigos de comunicação (língua, valores, informações)”; (Castells, 2003 *apud* Romi 2013).

Na ótica de Martelo (2001) *apud* Romi (2013) as redes sociais representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”. As relações podem ser direcionais ou não direcionais.

As redes sociais surgiram na década de 2000, com o lançamento do Friendster em 2002 e do MySpace em 2003. Essas plataformas permitem que os usuários criassem perfis e se conectassem com amigos e familiares online, compartilhando fotos, mensagens e atualizações de *status*.

*“No entanto, a verdadeira popularização das redes sociais aconteceu com o lançamento do Facebook nos Estados Unidos da América do Norte em 2004. Criado por Mark Elliot Zuckerberg, Eduardo Luiz Saverin e outros ex-alunos da Universidade de Harvard onde inicialmente pensado para uso dos alunos na Universidade. Os colegas criadores da plataforma tinham um livro no dormitório estudantil que se chamava “Face Book’s”, baseado nesta ideia do livro de fotos os programadores colocaram no site duas fotos de dois homens e de duas garotas, assim os visitantes poderiam escolher quem estava mais adequado ou era mais “simpático”, esse ranking era contabilizado”*( Zenha, 2018, p.36)

A partir do momento em que milhares de usuários começaram a conectar-se às redes, e fazer desses espaços virtuais a extensão de suas vidas, surgiram as ferramentas de publicação pessoal, denominadas mídias sociais, que permitem a criação e o compartilhamento coletivo de informações e conteúdos. Porém, para compreender o que acontece nessas mídias, é necessário entender como funcionam e como seus integrantes se relacionam (De Araújo e Rios 2012).

As mídias sociais são assim chamadas por terem um teor para redes sociais, livres e abertas à informação, e por serem mídia, meios de transmissão de informações e conteúdo.

Inicialmente, o Facebook era restrito a estudantes universitários, mas logo se expandiu para outras universidades e, em seguida, para o público em geral. A plataforma ganhou popularidade rapidamente, em parte devido à sua interface intuitiva e ao seu recurso de compartilhamento de fotos, que permite aos usuários compartilhar imagens de suas vidas cotidianas com amigos e familiares.

Além do Facebook, outras redes sociais populares surgiram na mesma época, como o Twitter em 2006 e o Instagram em 2010. O Twitter permite que os usuários compartilhem atualizações curtas de até 280 caracteres, enquanto o Instagram focava em compartilhamento de fotos e vídeos. Nos anos seguintes, vivemos o surgimento de várias outras redes sociais, como o Snapchat em 2011.

Com o tempo, outras redes sociais também sobreviveram e se popularizaram, incluindo o Twitter, o LinkedIn, o Instagram e o Snapchat. Essas redes sociais oferecem diferentes recursos e se concentram em diferentes tipos de conteúdo, como mensagens curtas, conexões profissionais, fotos e vídeos efêmeros.

A popularidade das redes sociais também teve um grande impacto na mídia e no jornalismo, permitindo que as pessoas compartilhassem notícias e informações em tempo real. As redes sociais também se tornaram uma ferramenta importante para o *marketing* e a publicidade, permitindo que as empresas se conectem com seus clientes de maneira mais direta e personalizada.

Hoje, as redes sociais são uma parte integrante da vida cotidiana de muitas pessoas em todo o mundo. Embora tenham trazido muitos benefícios, também têm sido criticados por seu impacto na saúde mental, na privacidade e na disseminação de informações falsas e desinformação.

### **3.1.3 Integração entre TV e redes sociais na transmissão de telejornal**

“Etimologicamente, a palavra Televisão vem do grego Tele, que significa distante, e do latim visione, que significa visão”. (Marcondes, 2009, p.447). “*A história da televisão é própria dos meados do século XX, pelo que Francis Bale refere que a técnica remonta a data de 1923 com a transmissão de imagens através de ondas hertzianas*” (Bale, 2003, p.38).

A palavra Televisão, já existia antes mesma da sua criação. Esta palavra foi pela primeira vez utilizada por ocasião da exposição de Paris, e era no princípio designada como a transmissão à distância de imagens animadas e sonorizadas.

A televisão é, portanto, um meio de comunicação audiovisual que tem por base a transmissão elétrica de imagens e sons difundidos por ondas eletromagnéticas através do espaço hertziano (Ibidem). A sua descoberta teve início em 1817 quando o químico sueco Tons Jacob Berzelius descobriu o selênio, que produzia uma corrente de elétrons sempre que atingido por um feixe de luz. Contudo, afirma Gontijo (2004, p. 404), que em 1923 o russo naturalizado americano, Vladimir Zworykin, inventou o iconoscópio que, aperfeiçoado, iria se converter no actual tubo de imagem dos televisores, conhecido como cinescópio. Com a sua invenção a Televisão marcou, como nenhum outro média do século XX. Portanto, nem a imprensa, à qual foi buscar os seus profissionais para os primeiros jornais televisivos; nem tão pouco o cinema ou a rádio, cujas pisadas segue despidoradamente para encher os ecrãs e conquistar audiências.

A integração entre TV e redes sociais na transmissão de telejornal é uma tendência crescente no jornalismo contemporâneo. As emissoras de TV têm incorporado cada vez mais as redes sociais em sua programação de notícias, permitindo que o público se envolva e interaja com a cobertura jornalística.

Uma das maneiras mais comuns de integração é por meio de "telas sociais", que exibem postagens de usuários de redes sociais relacionadas a um tópico de notícias específico. Essas telas podem ser exibidas durante uma transmissão ao vivo, permitindo que os telespectadores vejam as reações do público em tempo real.

As emissoras também podem incorporar tweets e outras postagens de redes sociais em seus telejornais, mostrando comentários de especialistas, celebridades e outras personalidades sobre os eventos do dia.

Outra forma de integração é por meio de programas de entrevistas ou debates que permitem que o público participe enviando perguntas ou comentários através das redes sociais. Os apresentadores e convidados podem então discutir e responder a esses comentários durante o programa. A integração entre TV e redes sociais pode aumentar a interação entre a audiência e as emissoras de TV, permitindo que o público se envolva e participe na cobertura jornalística de uma forma mais direta e pessoal. Além disso, a integração com as redes sociais pode permitir que as emissoras alcancem públicos mais amplos e diversos.

No entanto, é importante destacar que as emissoras devem estar atentas à veracidade e à qualidade das informações compartilhadas nas redes sociais, bem como à privacidade e segurança dos dados pessoais dos usuários.

### **3.2. Desafios da transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais**

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais trouxe uma série de desafios para os profissionais de mídia e para o público em geral.

Com o rápido ritmo das redes sociais, as notícias podem se espalhar rapidamente, muitas vezes antes de serem verificadas. Isso pode levar à propagação de informações falsas (*Fake news*), causando confusão e desinformação.

O telejornalismo actua em meio a um processo de convergência que configuram suas práticas de apuração, produção e distribuição de informação. Partimos do pressuposto de que as redes sociais (facebook e twitter) ultrapassam o entretenimento e são utilizadas também como fonte de pautas para o telejornalismo. São espaços de interação cuja linguagem influi no modo de fazer jornalismo (Pereira, 2014).

Nem todas as transmissões ao vivo nas redes sociais são produzidas por profissionais de mídia. Qualquer pessoa com um *smartphone* (famosos, blogueiros) e conexão à internet pode transmitir informações. Isso pode comprometer a qualidade e a credibilidade das notícias transmitidas, já que não há necessariamente um controle editorial ou padrões profissionais.

As redes sociais são um ambiente em que uma grande quantidade de informações é gerada a cada segundo. Isso pode dificultar a filtragem e a seleção de conteúdo relevante e confiável em meio a tantas transmissões ao vivo e postagens.

Comentários e interações negativas: As transmissões ao vivo pelas redes sociais muitas vezes permitem a interação dos espectadores por meio de comentários em tempo real. Infelizmente, isso também abre espaço para comentários negativos, ofensivos e até mesmo ameaçadores. Lidar com esses comentários e manter um ambiente seguro pode ser um desafio violando os direitos dos proprietários do conteúdo.

Para enfrentar esses desafios, é importante que os usuários sejam críticos em relação ao que vêem e verifiquem a veracidade das informações antes de compartilhá-las. Já os profissionais de mídia devem adotar práticas rigorosas de verificação e fornecer contexto adequado durante

as transmissões ao vivo. As plataformas de redes sociais também desempenham um papel fundamental na moderação do conteúdo e na implementação de políticas que promovam a veracidade e a segurança *online*.

### 3.2.1 Instabilidade da conexão de internet

A internet foi concebida em 1969 quando a *Advanced Research Project Agency* (ArPa- Agência de pesquisa e projectos avançados), uma organização do departamento de defesa militar dos E.U.A criou o Arpanet<sup>1</sup>, rede nacional de computadores que servia para garantir comunicação emergencial caso os E.U.A fossem atacados por um outro país – especialmente, pela União Soviética. (Ferrari, 2004).

Ela nasceu com a função de facilitar a comunicação com o departamento de defesa norte-americano. Porém, o tráfego de dados cresceu rapidamente e novas redes começaram a surgir, é o caso da Bitnet<sup>2</sup> e da CSNET<sup>3</sup>; redes que passaram a oferecer acesso para universidades e departamentos de pesquisa.

Por um lado, enquanto crescia o número de utilizadores, outros pesquisadores criavam silenciosamente a *World Wide Web* (rede de abrangência mundial), baseada em hipertextos e sistemas de recursos para a internet.

A difusão de notícias através da *Net* é um caso totalmente distinto, portanto, existem grandes oportunidades para quem queira montar os seus próprios espetáculos com entrevistas, documentos e outros formatos em que o objectivo é escapar o pagamento dos direitos do autor. Por exemplo, a *web*, tal como cresceu durante os anos 90, transformou-se num

---

<sup>1</sup> A ARPANet (Advanced Research Projects Agency Network, em português, Rede da Agência de Pesquisas em Projetos Avançados) foi a primeira rede de computadores, construída em 1969 como um meio robusto para transmitir dados militares sigilosos e para interligar os departamentos de pesquisa norte-americanos.

<sup>2</sup> A BITNET era uma rede de computadores cooperativa de ampla área composta por redes de diferentes universidades nos Estados Unidos. Foi estabelecido em 1981 por Ira Fuchs da City University of New York (CUNY) e Greydon Freeman da Yale University, com o primeiro link de rede sendo entre essas duas universidades. Seu nome foi originalmente tirado da frase "because It's There Net", mas posteriormente alterado para "because It's Time Net".

<sup>3</sup> A Computer Science Network (CSNET) foi uma rede de computadores que começou a operar em 1981 nos Estados Unidos da América, e que tinha como objectivo estender os benefícios de rede, para departamentos de ciência da computação em instituições acadêmicas e de pesquisa que não podiam ser conectadas diretamente à ARPANET, devido a limitações de financiamento ou autorização. Ele desempenhou um papel significativo na divulgação e acesso às redes nacionais e foi um marco importante no caminho para o desenvolvimento da Internet global. O CSNET foi financiado pela National Science Foundation por um período inicial de três anos, de 1981 a 1984.

poderoso sistema de publicação que os jornalistas de todos os gêneros utilizaram, aliás, que continuam a utilizar com grande eficácia.

“A internet é um dos mais importantes meios de disseminação desde a invenção da imprensa”. (Gilmor, 2005, p.227). Ela, mudou o formato de comunicação da televisão, dos jornais e da rádio. Como diz Torres (2009, p.44), “a internet é uma rede de milhões de pessoas, de todas as classes sociais, que buscam informações, diversão e relacionamento e que comandam, interagem e interferem em toda e qualquer actividade ligada à sociedade e aos negócios”.

A instabilidade da conexão de internet é outro desafio para a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais. A qualidade da transmissão pode ser prejudicada se houver interrupções na conexão, o que pode levar a atrasos ou cortes na transmissão. Isso pode afetar a capacidade dos jornalistas de transmitir informações de forma clara e eficaz e, em alguns casos, pode até levar a informações imprecisas sendo compartilhadas.

A instabilidade da conexão de internet é um dos principais desafios enfrentados na transmissão de telejornais ao vivo pelas redes sociais. A transmissão de vídeo ao vivo exige uma conexão estável e rápida para garantir uma transmissão fluida e de boa qualidade. No entanto, a velocidade e a estabilidade da conexão podem variar dependendo da localização, da infra-estrutura de internet e do congestionamento da rede.

Quando a conexão de internet é instável, podem ocorrer continuamente na transmissão ao vivo, como queda de vídeo ou áudio, atrasos e *buffering*. Isso pode prejudicar a experiência do espectador e dificultar a compreensão e a transmissão das informações em tempo real.

Para lidar com esse desafio, os jornalistas devem buscar locais com uma conexão de internet confiável e de alta velocidade para realizar suas permissões. Além disso, é importante ter um plano de contingência, como um *backup* de internet ou a disponibilidade de alternativas, caso seja causado um problema com a conexão principal

### **3.2.2 Controle de qualidade das informações transmitidas**

O controle de qualidade das informações transmitidas em transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais é um desafio importante. Como as redes sociais permitem que qualquer pessoa transmita conteúdo ao vivo, é fundamental garantir a veracidade, a precisão e a confiabilidade das informações transmitidas.

DeLone e McLean (1992) consideraram a qualidade da informação como uma dimensão do sucesso de SI. Apesar do modelo para avaliar o sucesso de um SI por eles proposto ser

objecto de críticas (Ballantine, J., et al, 1996), é no entanto reconhecido como um trabalho de referência. Deste modo, a qualidade da informação é um elemento a considerar na avaliação da qualidade de SI, a par de outros elementos, como seja a qualidade do *software* ou do serviço de suporte.

É necessário verificar a credibilidade das fontes e garantir que as informações sejam provenientes de fontes confiáveis. Os jornalistas devem utilizar técnicas de verificação, como a triangulação de informações com múltiplas fontes e a consulta a especialistas.

As transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais geralmente ocorrem em tempo real, o que pode dificultar a verificação e a confirmação imediata das informações transmitidas. Os jornalistas devem trabalhar com rapidez, mas também com cautela, para evitar a disseminação de informações incorretas ou não verificadas.

A formação na área específica da qualidade dos dados é escassa. Uma pesquisa em vários livros sobre bases de dados revela a quase inexistência de informação sobre esse tema, à excepção de incursões na questão das dimensões da qualidade e também nos terrenos habituais das bases de dados, como a integridade dos dados, o controlo de acessos, a gestão da concorrência e a recuperação de bases de dados (Mathieu, R., et al, 1998).

As redes sociais são propícias à propagação de notícias falsas e desinformação. Os jornalistas devem estar atentos a isso e evitar compartilhar informações não verificadas ou provenientes de fontes duvidosas. Eles devem fornecer contexto e análise crítica das informações transmitidas para ajudar o público a distinguir entre fatos e boatos.

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pode estar sujeita a viés e falta de imparcialidade por parte dos transmissores. É importante que os jornalistas adotem uma abordagem ética e imparcial, fornecendo uma cobertura equilibrada e objetiva dos eventos.

Para superar esses desafios, os jornalistas devem seguir os princípios éticos e profissionais do jornalismo, como a verificação rigorosa das informações, a recepção correta das fontes e da transmissão com o público sobre a limitação da transmissão ao vivo. As plataformas de redes sociais também estão investindo em recursos e ferramentas para combater a disseminação de notícias falsas e promover a qualidade da informação.

### **3.2.3 Interação com os usuários e gestão de comentário.**

Com a ascensão das plataformas digitais e o aumento do acesso à internet, os telejornais estão a adaptar-se para envolver seu público de maneira mais directa e interactiva.

Ao transmitir o telejornal por meio de serviços de *streaming*, as emissoras têm a oportunidade de integrar recursos de interação com os usuários em tempo real. Isso pode incluir a possibilidade de os espectadores enviarem perguntas, comentários ou reações durante a transmissão. Essa interação em tempo real proporciona uma experiência mais envolvente e personalizada, permitindo que os espectadores se sintam mais conectados com o conteúdo apresentado.

Com a internet, essa interação pode ser em tempo real e de carácter híbrido já que o fluxo de relações pode ser constituído por diferentes formas de interação como por exemplo, indivíduos que conversam enquanto assistem à televisão sendo uma interação face a face com quase interação mediata ao mesmo contexto interactivo (Perreira ,2014).

Além disso, a gestão de comentários se torna uma parte essencial da transmissão do telejornal em *streaming*. Com a possibilidade de os espectadores deixarem comentários e opiniões, é importante que haja um sistema eficiente para gerenciar e filtrar essas interações. A equipe responsável pela gestão de comentários deve estar atenta aos *feedbacks* dos usuários, filtrando conteúdo inapropriado, identificando comentários relevantes e respondendo a dúvidas e questionamentos dos espectadores.

A interação do telejornal com os usuários por meio de comentários também oferece a oportunidade de obter *insights* valiosos sobre o público e suas percepções sobre as notícias apresentadas. Os comentários podem fornecer *feedback* imediato sobre a cobertura jornalística, permitindo ajustes e melhorias contínuas. Além disso, a equipe do telejornal pode utilizar essas interações para identificar temas de interesse do público e adaptar sua programação para atender às demandas e preferências dos espectadores.

No entanto, é importante ressaltar que a gestão de comentários em uma transmissão de telejornal em *streaming* requer um equilíbrio entre a liberdade de expressão e a moderação adequada. É necessário estabelecer diretrizes claras para os usuários, promovendo um ambiente de respeito e civilidade. O objetivo é incentivar a participação construtiva e evitar a disseminação de desinformação, discursos de ódio ou conteúdo prejudicial.

As emissoras precisam se adaptar aos novos formatos e fluxos de trabalho necessários para a transmissão de telejornal pelas redes sociais, incluindo a produção de conteúdo específico para cada plataforma e a gestão da interação com o público.

Emissores populares podem receber uma grande quantidade de comentários nas redes sociais, o que pode ser difícil de gerenciar e responder de forma eficiente.

As redes sociais oferecem às emissoras a oportunidade de interagir diretamente com seu público, permitindo que os telespectadores comentem, compartilhem e reajam às notícias. Isso promove um maior engajamento e envolvimento do público.

### **3.3. Impacto da transmissão de telejornais ao vivo pelas redes sociais na produção e consumo de notícias**

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais teve um impacto significativo na produção e consumo de notícias. As redes sociais permitem que qualquer pessoa transmita notícias ao vivo, o que democratizou o acesso à informação. Agora, qualquer pessoa com um *smartphone* e conexão à internet pode compartilhar eventos e notícias em tempo real, sem depender exclusivamente dos meios de comunicação tradicionais.

As transmissões ao vivo pelas redes sociais fornecem uma maneira rápida e eficaz de cobrir eventos em tempo real. Isso permite que as pessoas acompanhem os acontecimentos à medida que ocorrem, obtendo informações atualizadas instantaneamente.

De acordo com Sales (2010) o que a *web* trouxe foi uma redução ainda maior do tempo para publicação de informações, sendo reconhecido como o veículo que pode mais rapidamente divulgar uma notícia, tentando estar sempre à frente a partir da busca incessante pela velocidade que surgem algumas das principais críticas ao jornalismo online, em relação à qualidade da apuração e do próprio conteúdo publicado. A concorrência entre os jornais *online* define-se a partir da velocidade, ou seja, quem publica primeiro. O que resulta muitas vezes na publicação apenas do conteúdo enviado pelas agências de notícias, sem apuração própria do veículo.

As transmissões ao vivo nas redes sociais incentivam o envolvimento e o engajamento do público. Os espectadores podem interagir com os transmissores por meio de comentários e perguntas, criando um senso de participação e envolvimento mais ativo.

Embora a transmissão ao vivo pelas redes sociais proporcione acesso instantâneo à informação, também pode apresentar desafios em relação à veracidade e qualidade das notícias. Como mencionado anteriormente, nem todas as transmissões são produzidas por profissionais de mídia, o que pode levar à disseminação de informações errôneas ou falsas.

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais fragmentou a audiência, com pessoas consumindo notícias em plataformas diferentes em vez de recorrerem exclusivamente aos meios de comunicação tradicionais. Isso tem um impacto nos modelos de negócios dos meios de comunicação, que precisam se adaptar a essa nova realidade e encontrar maneiras de atrair e reter o público.

As transmissões ao vivo pelas redes sociais permitem que diferentes vozes e perspectivas sejam ouvidas. Isso pode levar a uma maior diversidade de cobertura e oferecer uma gama mais ampla de pontos de vista sobre determinado evento ou tópico.

Em suma, a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais alterou a forma como as notícias são produzidas e consumidas. Apesar dos benefícios em termos de acesso à informação em tempo real e envolvimento do público, também existem desafios em relação à veracidade, qualidade e fragmentação da audiência. Os profissionais de mídia e as plataformas de redes sociais estão constantemente se adaptando a essas mudanças para fornecer informações confiáveis e relevantes em um ambiente digital em constante evolução.

### **3. 2. Novos formatos de conteúdo e narrativa**

Os avanços tecnológicos e a evolução das plataformas de mídia têm impulsionado o surgimento de novos formatos de conteúdo e narrativa.

Plataformas como o TikTok e o Instagram Reels popularizaram os vídeos de curta duração. Esses vídeos, geralmente com até 60 segundos, permitem uma narrativa rápida e cativante, adaptada à atenção limitada dos usuários. Eles são ideais para contar histórias de forma concisa e criativa.

A realidade virtual (VR) oferece uma experiência imersiva em que os usuários podem explorar ambientes tridimensionais. Essa tecnologia permite a criação de narrativas interativas e envolventes, onde os espectadores podem se tornar participantes ativos da história.

A narrativa transmídia envolve a expansão de uma história em diferentes plataformas de mídia. Os espectadores podem acompanhar a história principal em um programa de TV, por exemplo, mas também podem explorar conteúdos relacionados em livros, *websites*, *podcasts* e mídias sociais. Essa abordagem cria uma experiência mais imersiva e envolvente.

Os *podcasts* têm ganhado popularidade como uma forma de contar histórias e transmitir informações. Esse formato de áudio permite narrativas longas e detalhadas, além de oferecer

uma sensação de intimidade, já que os ouvintes podem se conectar emocionalmente por meio da voz dos apresentadores.

Plataformas como o Twitter e o Snapchat têm impulsionado a narrativa em tempo real. Os eventos são cobertos instantaneamente, com atualizações em tempo real e histórias efêmeras que desaparecem após um certo período de tempo. Isso permite uma narrativa ágil e dinâmica, adaptada aos acontecimentos em tempo real.

Os videogames têm se destacado como uma forma de narrativa interativa. Os jogadores podem assumir papéis de protagonistas e tomar decisões que afetam o desenvolvimento da história. Essa abordagem de gamificação oferece uma experiência imersiva em que os jogadores se tornam parte integrante da narrativa.

Esses são apenas alguns exemplos dos novos formatos de conteúdo e narrativa que têm surgido com os avanços tecnológicos. A diversidade dessas abordagens permite uma maior experimentação e criatividade na forma como as histórias são contadas e consumidas.

### **3.4. Mudança no papel dos jornalistas e produtores de conteúdo**

Os avanços tecnológicos e a transformação do panorama da mídia têm causado uma mudança significativa no papel dos jornalistas e produtores de conteúdo.

Com o surgimento das redes sociais e das plataformas de mídia digital, qualquer pessoa pode se tornar uma fonte de informação e produzir conteúdo. Isso significa que os jornalistas e produtores de conteúdo agora enfrentam uma concorrência maior em termos de disseminação de informações. No entanto, sua experiência, ética e habilidades em apurar informações e contar histórias ainda são fundamentais para garantir a qualidade e a confiabilidade do conteúdo.

As mídias sociais e outras plataformas digitais permitem que jornalistas e produtores de conteúdo se envolvam diretamente com o público. Eles podem responder a perguntas, coletar *feedback* e participar de discussões em tempo real. Isso cria uma oportunidade única para construir relacionamentos mais próximos com os consumidores de conteúdo e obter um *feedback* instantâneo sobre o que é relevante para eles.

Os jornalistas e produtores de conteúdo precisam adquirir uma gama mais ampla de habilidades em resposta às demandas do ambiente digital. Além da redação e reportagem, eles agora podem precisar dominar técnicas de edição de vídeo, produção de *podcast*, criação de

infográficos e gerenciamento de mídias sociais. A capacidade de se adaptar a diferentes formatos de conteúdo e plataformas é cada vez mais importante.

Com o aumento da desinformação e das notícias falsas, o papel dos jornalistas e produtores de conteúdo na verificação e na promoção da precisão tornou-se ainda mais crucial. Eles são responsáveis por verificar a veracidade das informações, investigar fatos e fornecer contexto para ajudar o público a discernir entre informações confiáveis e enganosas.

Em um mundo com sobrecarga de informações, a capacidade de contar histórias (storytelling) de forma envolvente e relevante tornou-se essencial. Jornalistas e produtores de conteúdo devem ser habilidosos em identificar narrativas interessantes, cativar o público e transmitir informações de maneira clara e envolvente. A narrativa bem executada pode ajudar a atrair e reter a atenção do público em meio à concorrência por sua atenção.

Em suma, os jornalistas e produtores de conteúdo agora enfrentam um ambiente de mídia em constante evolução, onde a velocidade, a interatividade e a veracidade são cada vez mais importantes. Esses profissionais precisam se adaptar às novas tecnologias, desenvolver habilidades ampliadas e continuar a desempenhar um papel fundamental na produção de conteúdo de qualidade e no fornecimento de informações precisas para o público.

### **3.5. Aumento do engajamento e participação dos usuários na produção de notícias**

Nos últimos anos, temos observado um aumento significativo no engajamento e na participação dos usuários na produção de notícias. Isso ocorre devido a vários fatores, incluindo o crescimento das mídias sociais e o acesso fácil às ferramentas de criação de conteúdo. Aqui estão algumas das formas em que isso tem ocorrido.

Os usuários agora têm a capacidade de capturar imagens, vídeos e relatos em tempo real por meio de seus *smartphones* e compartilhá-los nas redes sociais. Esse tipo de jornalismo cidadão permite que acontecimentos e informações sejam divulgados rapidamente, muitas vezes antes mesmo que os meios de comunicação tradicionais tenham conhecimento deles. Isso ajuda a ampliar a cobertura de eventos e trazer perspectivas adicionais para os acontecimentos (Perreira 2014)

O compartilhamento nas redes sociais facilita a disseminação rápida de notícias e aumenta o potencial de viralização de determinados conteúdos.

A mídia social os sites de notícias permitem que os usuários comentem e forneçam *feedback* sobre os artigos e reportagens. Isso cria uma oportunidade para os leitores se envolverem e expressarem suas opiniões sobre as notícias, promovendo um diálogo mais aberto e interativo entre os produtores de conteúdo e o público.

Os usuários também têm a oportunidade de participar de debates e discussões sobre tópicos de interesse nas redes sociais, grupos *online* e fóruns de discussão. Isso permite que o público se envolva ativamente nas notícias, compartilhe pontos de vista, faça perguntas e busque mais informações sobre determinados assuntos.

Em alguns casos, os produtores de notícias têm utilizado o *crowdsourcing* para obter informações adicionais ou perspectivas do público. Isso envolve solicitar a contribuição dos usuários para a cobertura de eventos ou investigações, incentivando-os a compartilhar suas experiências, fotos, vídeos ou conhecimentos específicos sobre um determinado assunto.

Essas formas de engajamento e participação dos usuários na produção de notícias têm enriquecido a diversidade de perspectivas, promovido uma maior responsabilidade dos meios de comunicação e fornecido oportunidades para uma cobertura mais ampla e detalhada de eventos. No entanto, também é necessário ter cautela para evitar a disseminação de informações falsas ou incorretas, além de manter um ambiente de discussão respeitosa e construtiva.

### **3.6. Engajamento dos usuários com as transmissões ao vivo de notícias**

Nos últimos anos, temos observado um aumento significativo no engajamento e na participação dos usuários na produção de notícias. Isso ocorre devido a vários fatores, incluindo o crescimento das mídias sociais e o acesso fácil às ferramentas de criação de conteúdo. Aqui estão algumas das formas em que isso tem ocorrido.

Para Perreira (2014) com a internet, essa interação pode ser em tempo real e de carácter híbrido já que o fluxo de informações pode ser constituído por diferentes formas de interação, por exemplo indivíduos que conversam enquanto assistem à televisão, sendo uma interação face a face com quase interação mediada no mesmo contexto interativo.

Os usuários agora têm a capacidade de capturar imagens, vídeos e relatos em tempo real por meio de seus *smartphones* e compartilhá-los nas redes sociais. Isso ajuda a ampliar a cobertura de eventos e trazer perspectivas adicionais para os acontecimentos (Perreira 2014).

Os usuários podem compartilhar artigos, vídeos e outros conteúdos diretamente com sua rede de contatos, permitindo que histórias relevantes ganhem maior visibilidade e alcance. O compartilhamento nas redes sociais facilita a disseminação rápida de notícias e aumenta o potencial de viralização de determinados conteúdos.

Os mídias sociais e os sites de notícias permitem que os usuários comentem e forneçam *feedback* sobre os artigos e reportagens. Isso cria uma oportunidade para os leitores se envolverem e expressarem suas opiniões sobre as notícias, promovendo um diálogo mais aberto e interativo entre os produtores de conteúdo e o público.

Os usuários também têm a oportunidade de participar de debates e discussões sobre tópicos de interesse nas redes sociais, grupos *online* e fóruns de discussão. Isso permite que o público se envolva ativamente nas notícias, compartilhe pontos de vista, faça perguntas e busque mais informações sobre determinados assuntos.

Em alguns casos, os produtores de notícias têm utilizado o *crowdsourcing* para obter informações adicionais ou perspectivas do público. Isso envolve solicitar a contribuição dos usuários para a cobertura de eventos ou investigações, incentivando-os a compartilhar suas experiências, fotos, vídeos ou conhecimentos específicos sobre um determinado assunto.

Essas formas de engajamento e participação dos usuários na produção de notícias têm enriquecido a diversidade de perspectivas, promovido uma maior responsabilidade dos meios de comunicação e fornecido oportunidades para uma cobertura mais ampla e detalhada de eventos. No entanto, também é necessário ter cautela para evitar a disseminação de informações falsas ou incorretas, além de manter um ambiente de discussão respeitosa e construtiva.

### **3.6.1 Análise de métricas de engajamento (visualizações, curtidas, compartilhamentos)**

A análise de métricas de engajamento, como visualizações, curtidas e compartilhamentos, é fundamental para compreender o desempenho e o impacto das transmissões de notícias ao vivo.

As visualizações indicam quantas vezes a transmissão ao vivo foi assistida. Essa métrica fornece uma medida básica de alcance e popularidade do conteúdo. Um alto número de visualizações sugere um interesse significativo no tópico e na transmissão em si. No entanto, é importante observar que as visualizações não representam necessariamente o tempo de visualização ou a qualidade da interação do espectador.

De acordo com Pereira (2014), o usuário compartilha opiniões, imagens, *links* com vídeos, acontecimentos e até mesmo factos do seu quotidiano com seus seguidores.

As curtidas e reações expressam o nível de aprovação e engajamento emocional do público em relação à transmissão ao vivo. Elas refletem a resposta positiva dos espectadores e podem indicar o envolvimento emocional com o conteúdo.

Os compartilhamentos medem quantas vezes a transmissão ao vivo foi compartilhada nas redes sociais ou outras plataformas. Esse indicador é valioso, pois mostra o quanto o público considera o conteúdo relevante e valioso o suficiente para compartilhar com seus próprios seguidores ou contatos. Um alto número de compartilhamentos indica que o conteúdo foi considerado interessante e digno de ser compartilhado com outros.

É importante ressaltar que, embora essas métricas de engajamento sejam úteis para avaliar o desempenho das transmissões ao vivo, elas não devem ser vistas isoladamente. É essencial analisar essas métricas em conjunto com outras, como o tempo de visualização, o número de comentários e a taxa de retenção do público, para obter uma compreensão mais completa do engajamento e do impacto do conteúdo transmitido.

Além disso, é fundamental considerar o contexto e os objetivos específicos de cada transmissão ao vivo. Por exemplo, uma transmissão ao vivo com um público-alvo mais restrito pode não ter um grande número de visualizações, mas ainda assim ser altamente relevante e impactante para esse público específico. Portanto, é importante interpretar essas métricas em relação ao contexto e aos objetivos da transmissão ao vivo em questão.

### **3.6.2 Perfil dos usuários que mais interagem com as transmissões de notícias ao vivo**

O perfil dos usuários que mais interagem com as transmissões de notícias ao vivo pode variar dependendo do contexto, tópico e plataforma em que a transmissão ocorre. No entanto, alguns perfis gerais podem ser identificados com base em tendências observadas.

Recuero (2012) *apud* Pereira (2014) observa que, o conceito da comunicação mediada pelo computador não somente se refere aos aspectos técnicos, mas pluralidade de elementos socioculturais. Assim sendo, quando ele se refere à CMC acredita que deve-se perpassar as fronteiras apenas do contexto tecnicista, como por exemplo potenciar informáticos, velocidade da máquina mas também enfatizar o processo das relações sociais que ocorrem neste espaço.

São usuários que têm um interesse genuíno e uma paixão por consumir notícias em tempo real. Eles procuram se manter atualizados sobre os acontecimentos e valorizam a experiência de assistir a transmissões ao vivo para obter informações em primeira mão. Esses usuários têm um conhecimento profundo ou um interesse especializado em um determinado tópico de notícias. Eles são seguidores leais e engajados, acompanham regularmente as transmissões ao vivo para obter *insights* mais aprofundados e interagir diretamente com os especialistas ou jornalistas que estão cobrindo o assunto, bem como, uma oportunidade de compartilhar opiniões, fazer perguntas e interagir com outros espectadores e com o conteúdo por meio de curtidas.

*“Quando nos referimos à interação, temos desde o carácter dialógico das interações face a face que implicam ida e volta das informações no Sistema de referência espaço-temporal compartilhando; as interações mediadas, como conversas telefónicas e cartas como uso meios de técnicos com disponibilidade estendinda no tempo e espaço, orientação dirigida para outros específicos e carácter dialógico; até a informação quase mediada, que está exactamente centrada e se refere aos meios de comunicação de massa: jornal, rádio, televisão, livro e outros em que o fluxo de comunicação e de sentido único”* (Thompson,1998; Primo,2008 *apud*Perreira,2014 p.49).

É importante ressaltar que esses perfis não são excludentes e podem se sobrepor. Além disso, o perfil dos usuários que mais interagem pode variar dependendo do tema abordado na transmissão ao vivo e da plataforma em que ela é veiculada. É fundamental realizar análises específicas e segmentadas para compreender melhor o público-alvo e adaptar as estratégias de engajamento de acordo com as características do público em cada contexto.

#### **3.6.4 Análise de comentários e interações dos usuários durante as transmissões ao vivo**

A análise dos comentários e interações dos usuários durante as transmissões ao vivo é uma parte essencial para entender o envolvimento do público e extrair *insights* valiosos.

Analisar o sentimento dos comentários pode fornecer uma visão geral de como o público está respondendo à transmissão ao vivo. É possível classificar os comentários como positivos, negativos ou neutros com base em palavras-chave, frases ou análise de linguagem. Isso ajuda a identificar a percepção geral do público em relação ao conteúdo e à apresentação.

Para Recuero (2009)*apud* Perreira (2014) os usuários das redes sociais são denominados por “atores sociais”. Eles actuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da

constituição de laços. Os espectadores podem assistir à transmissão e interagir por meio de comentários, perguntas e compartilhamentos

Observar os temas e tópicos mais comuns mencionados nos comentários pode fornecer *insights* sobre quais aspectos do conteúdo estão despertando mais interesse ou gerando discussões. Essa análise pode ajudar a entender as preocupações, dúvidas ou pontos de destaque que o público está focando durante a transmissão ao vivo.

Durante uma transmissão ao vivo, os usuários frequentemente fazem perguntas ou expressam dúvidas nos comentários. Identificar essas perguntas e dúvidas pode ajudar a entender as necessidades e interesses do público e auxiliar os apresentadores ou especialistas a responder de forma mais precisa e abrangente.

A análise da participação dos espectadores, como a frequência de comentários, a interação entre os espectadores e as respostas dos apresentadores, pode fornecer *insights* sobre o nível de envolvimento e engajamento do público. Isso ajuda a avaliar se os telespectadores estão ativamente envolvidos na discussão, se há uma comunidade envolvida na transmissão ao vivo e como o diálogo está evoluindo.

Os comentários dos usuários também podem conter feedback valioso sobre a transmissão ao vivo. Eles podem oferecer sugestões de melhorias, elogios ou críticas construtivas. Analisar esses comentários pode ajudar os produtores de conteúdo a entender o que está funcionando bem e o que pode ser aprimorado para futuras transmissões.

Essas análises podem ser realizadas por meio de técnicas de processamento de linguagem natural, como mineração de texto e análise de sentimento, ou por meio de ferramentas de análise de dados específicas. Essas informações podem ser usadas para aprimorar as transmissões ao vivo, fornecer um melhor atendimento ao público e direcionar futuras estratégias de engajamento.

### **3.7. Estudos de caso de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais**

Existem diversos casos de sucesso de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais. Podemos destacar o exemplo das grandes emissoras brasileiras como, Rede Globo, SBT, Record, Band e Rede Tv mantêm páginas na internet com reportagens exibidas durante o telejornal, dedicando espaços para os próprios telespectadores enviarem conteúdos(Perreira, 2014).

Essa estratégia tem permitido que essas televisões alcancem um público mais amplo e promova a discussão em tempo real sobre as notícias, também respondem as perguntas dos espectadores e integram elementos interativos, como enquetes, para aumentar o engajamento.

As televisões apropriaram-se de conteúdos *online*, permitindo partilhar a sua programação e o telejornal criando perfis na internet disponibilizando assim conteúdos informativos. Ou seja, o webjornalismo, o jornalismo participativo permite com que o mesmo seja praticado na internet com a colaboração daqueles que antes eram parte da audiência que são os telepestatadores.

Esses são apenas alguns exemplos de como as organizações de mídia estão utilizando as redes sociais para transmitir notícias ao vivo e envolver os usuários. As transmissões ao vivo pelas redes sociais oferecem a oportunidade de alcançar um público mais amplo, interagir em tempo real e criar uma experiência mais imersiva e participativa para os espectadores.

### **3.8. Perspectivas futuras da transmissão de notícias pelas redes sociais**

As perspectivas futuras da transmissão de notícias pelas redes sociais são promissoras e indicam um crescimento contínuo e evolução no sector de mídia. Aqui estão algumas das perspectivas futuras:

As redes sociais continuarão a evoluir e se adaptar para atender às demandas dos usuários e das organizações de mídia. Podemos esperar uma maior integração entre as diferentes plataformas de redes sociais, permitindo que as emissoras de notícias transmitam seus conteúdos ao vivo em várias plataformas simultaneamente, alcançando um público mais amplo.

As redes sociais estão investindo cada vez mais em algoritmos de recomendação e personalização de conteúdo. Isso significa que os usuários receberão notícias ao vivo mais relevantes com base em seus interesses e comportamentos de consumo. As emissoras de notícias poderão aproveitar esses recursos para oferecer transmissões ao vivo altamente segmentadas e personalizadas, aumentando o engajamento e a satisfação do público.

O avanço das tecnologias, como inteligência artificial, realidade virtual e aumentada, oferece novas possibilidades para a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais. As emissoras poderão explorar essas tecnologias para criar experiências mais imersivas e interativas para os espectadores, proporcionando uma sensação de presença e envolvimento em tempo real.

Os dispositivos móveis continuarão a ser a principal forma de acesso às redes sociais e ao conteúdo *online*. As emissoras de notícias devem adaptar suas estratégias para garantir que as transmissões ao vivo sejam otimizadas para dispositivos móveis, oferecendo uma experiência fluida e de alta qualidade em telas menores.

Todas as redes televisivas terão de aumentar sua oferta com produtos suficientemente aliciantes e que satisfaçam a diversidade de gostos e de interesses públicos cada vez mais diferenciados (*Ibidem*, 1999, p.136),).

O *streaming* de vídeo ao vivo tem se tornado cada vez mais popular, e as redes sociais desempenham um papel importante nessa tendência. Espera-se um crescimento contínuo do *streaming* de vídeo ao vivo, com as emissoras de notícias aproveitando essa tecnologia para transmitir notícias em tempo real, cobrir eventos importantes e interagir com os espectadores.

Com o aumento das transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais, a verificação de factos e o combate à desinformação se tornam ainda mais importantes. As emissoras de notícias e as próprias plataformas de redes sociais devem investir em mecanismos robustos de verificação de factos e políticas para garantir a precisão e a confiabilidade das informações transmitidas ao vivo.

Em resumo, a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais tem um futuro promissor, com o potencial de expandir o alcance, o engajamento e a personalização das notícias. À medida que as tecnologias e as plataformas evoluem, as emissoras de notícias devem acompanhar essas mudanças e aproveitar as oportunidades.

### **3.8.1 Tendências tecnológicas e inovações na transmissão de notícias**

Existem várias tendências tecnológicas e inovações que estão impactando a transmissão de notícias. A implementação do 5G está possibilitando uma transmissão de dados mais rápida e confiável. Isso abre caminho para transmissões ao vivo de alta qualidade, com menor latência e melhor experiência para os espectadores. A velocidade e a capacidade do 5G permitem que as emissoras de notícias transmitam conteúdo em tempo real, mesmo em locais remotos.

A Inteligência Artificial (IA) e o *Machine Learning* estão sendo aplicados na transmissão de notícias de várias maneiras. Os algoritmos de IA podem ajudar na análise e classificação de grandes volumes de dados em tempo real, auxiliando na seleção e apresentação de notícias

relevantes para os espectadores. Além disso, a IA também está sendo usada na produção automatizada de notícias, como a geração de resumos e transcrições automáticas.

Segundo Hermida (2010, p. 755) as inovações tecnológicas, como mídia social dispositivos móveis, estão transformando a transmissão de notícias, permitindo o surgimento de um novo modelo de jornalismo ambiental que é mais participativo e imersivo.

Boczkowski (2005) acredita também que inovações tecnológicas estão impulsionando a convergência de mídia, permitindo que organizações de notícias adotem abordagens multimídia e explorem novas formas de envolver e interagir com o público.

A rápida adoção de dispositivos móveis, a expansão das redes sociais e o aumento do consumo de notícias em formatos de áudio e vídeo são algumas das tendências tecnológicas que estão moldando o cenário da transmissão de notícias. (Nic Newman et al. 2020, p. 18).

A Realidade Virtual (RV) e a Realidade Aumentada (RA) estão permitindo uma experiência mais imersiva e interativa na transmissão de notícias. As emissoras de notícias podem usar essas tecnologias para criar cenários virtuais, permitindo que os espectadores mergulhem em eventos e locais específicos. Além disso, a RA pode fornecer informações contextuais sobre o conteúdo transmitido, enriquecendo a experiência do espectador.

O *streaming* de vídeo ao vivo se tornou uma tendência dominante na transmissão de notícias. Plataformas populares, como Facebook *Live*, YouTube *Live* e Instagram *Live*, permitem que as emissoras de notícias transmitam eventos ao vivo, interajam com os espectadores e alcancem um público global. A facilidade de acesso e a possibilidade de interação em tempo real tornam o *streaming* de vídeo ao vivo uma forma eficaz de transmitir notícias.

As emissoras de notícias estão adotando uma abordagem multiplataforma, transmitindo conteúdo ao vivo em várias plataformas simultaneamente. Isso permite que os espectadores escolham a plataforma de sua preferência para acompanhar as notícias, seja na televisão tradicional, em dispositivos móveis ou em redes sociais. Essa estratégia aumenta o alcance e a acessibilidade das transmissões de notícias.

Com a abundância de dados disponíveis, as emissoras de notícias estão usando técnicas de jornalismo de dados para analisar e apresentar informações de maneira visualmente atraente e compreensível. Gráficos interativos, infográficos e visualizações de dados são utilizados para contar histórias complexas e transmitir informações de forma mais acessível e envolvente para os espectadores.

Essas são apenas algumas das tendências tecnológicas e inovações na transmissão de notícias. À medida que a tecnologia continua avançando, novas oportunidades surgem para melhorar a produção, a distribuição e o consumo de notícias, proporcionando uma experiência mais rica e envolvente.

### **3.8.2. Possíveis impactos da transmissão de telejornal pelas redes sociais na sociedade e na indústria jornalística.**

A transmissão de notícias pelas redes sociais tem tido impactos significativos na sociedade e na indústria jornalística proporcionando um acesso instantâneo a informações em tempo real. Isso permite que as pessoas se mantenham atualizadas sobre os acontecimentos atuais e tenham acesso a uma variedade de fontes de notícias em suas próprias plataformas de escolha. Esse acesso imediato pode empoderar os cidadãos, permitindo que eles se informem e participem ativamente de debates e discussões.

As redes sociais oferecem uma plataforma para que uma ampla variedade de vozes e perspectivas possam ser ouvidas. Isso possibilita uma maior diversidade de opiniões e uma maior representatividade de diferentes grupos sociais. As pessoas podem compartilhar suas próprias experiências e pontos de vista, promovendo a inclusão e a pluralidade de ideias.

As redes sociais transformaram o jornalismo, criando uma nova forma de comunicação pública que é mais descentralizada, participativa e afetiva (Papacharissi, 2014).

Outrossim, Hermida (2010) acredita que a transmissão de notícias pelas redes sociais tem o potencial de tornar a sociedade mais informada e engajada, mas também levanta desafios para os jornalistas em termos de verificação e contextualização das informações.

A transmissão de notícias pelas redes sociais também apresenta desafios significativos em relação à verificação de fatos e ao combate à desinformação. A velocidade e o alcance das redes sociais podem facilitar a disseminação rápida de informações falsas e enganosas. Isso coloca a responsabilidade sobre os usuários, jornalistas e plataformas de redes sociais para garantir a precisão e a confiabilidade das informações compartilhadas.

A transmissão de notícias pelas redes sociais teve um impacto significativo no modelo de negócios do jornalismo tradicional. As receitas publicitárias migraram para as plataformas de redes sociais, deixando os veículos de notícias tradicionais enfrentando desafios financeiros.

Ao mesmo tempo, as redes sociais oferecem novas oportunidades de monetização por meio de parcerias, patrocínios e conteúdo exclusivo.

A transmissão de notícias pelas redes sociais permite um maior engajamento e participação do público. Os espectadores podem comentar, compartilhar e interagir com as notícias em tempo real, tornando-se parte activa da conversa. Isso fortalece a relação entre as emissoras de notícias e seu público, criando um senso de comunidade e envolvimento.

O uso das redes sociais para a transmissão de notícias também levanta preocupações em relação à privacidade e segurança dos usuários. As informações pessoais dos usuários podem ser colectadas e utilizadas para fins comerciais ou maliciosos. Além disso, a disseminação de notícias falsas e conteúdo prejudicial pode afectar a confiança e o bem-estar dos usuários

### **3.9. Análise do quadro teórico**

A transmissão *streaming* de telejornal pelas redes sociais representa uma mudança significativa na forma como as notícias são entregues e consumidas atualmente. Com o advento das plataformas digitais e o aumento do acesso à internet, as emissoras de televisão têm explorado as redes sociais como um meio de alcançar um público mais amplo e engajado (Pereira, 2014; Recuero, 2012, *apud* Pereira, 2014; Thompson, 1998; Hermida, 2010; Nic Newman et al., 2020; Papacharissi, 2014).

*Streaming é uma forma de transmissão de som e imagem através de uma rede qualquer de computadores. Ele foi criado para não ser necessário efetuar downloads de arquivos para consumir áudio e vídeo no computador (Netshow, 2017 apud Neto, Monteiro & Filho 2020, p.16).*

A transmissão do telejornal em tempo real por meio das redes sociais oferece diversas vantagens. Em primeiro lugar, permite que as emissoras alcancem um número maior de espectadores, já que as redes sociais têm um alcance global e são frequentemente utilizadas por uma ampla variedade de usuários. Isso possibilita que o telejornal atinja um público diversificado e geograficamente disperso, ultrapassando as barreiras tradicionais de transmissão.

Além disso, oferece uma interação direta e imediata com os espectadores. Os usuários têm a oportunidade de comentar, reagir e compartilhar as notícias em tempo real, criando uma experiência mais interativa e participativa. Essa interação promove o engajamento dos

espectadores, que se sentem parte ativa do processo informativo e podem expressar suas opiniões e dúvidas.

As redes sociais também proporcionam uma maior flexibilidade em termos de acesso ao conteúdo jornalístico. Os usuários podem assistir ao telejornal no momento da transmissão ao vivo ou acessar o conteúdo posteriormente, de acordo com sua conveniência. Isso oferece uma maior liberdade de escolha e permite que os espectadores consumam as notícias no momento que desejarem.

No entanto, a transmissão de telejornal pelas redes sociais também apresenta desafios e considerações importantes. A veracidade das informações e a disseminação de notícias falsas são questões relevantes, uma vez que as redes sociais são um ambiente propenso à rápida propagação de conteúdo enganoso. As emissoras devem estar atentas a garantir a precisão e a confiabilidade das informações transmitidas, bem como a combater a desinformação por meio de verificação de fatos e fontes confiáveis.

## **CAPÍTULO 4. TV MIRAMAR: DESCRIÇÃO DO CASO**

A TV Miramar é uma emissora de televisão de Moçambique que se destacou por adotar uma estratégia inovadora de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais. A emissora percebeu o potencial das redes sociais para alcançar um público mais amplo e engajar os usuários de forma interativa.

A TV Miramar passou a transmitir suas notícias ao vivo não apenas pela televisão tradicional, mas também por meio de plataformas populares de redes sociais, como o Facebook e o YouTube. Essa estratégia permitiu que a emissora atingisse não apenas os espectadores tradicionais de televisão, mas também uma audiência *online* cada vez mais conectada.

Por meio dessas transmissões ao vivo, a TV Miramar conseguiu estabelecer uma maior interação com os usuários. Os espectadores podiam assistir às notícias em tempo real e participar ativamente por meio de comentários, perguntas e compartilhamentos. A emissora também aproveitou recursos como enquetes e pesquisas de opinião para envolver ainda mais o público.

Além disso, a TV Miramar incentivou os usuários a enviar vídeos, fotos e informações relevantes, permitindo que eles se tornassem parte ativa na cobertura jornalística. Essa abordagem colaborativa aumentou o engajamento e promoveu uma sensação de participação e co-criação entre a emissora e os espectadores.

A estratégia da TV Miramar de transmitir notícias ao vivo pelas redes sociais teve um impacto significativo na produção e consumo de notícias no país. Ela permitiu que a emissora

alcançasse um público mais amplo, especialmente entre os jovens e aqueles que preferem consumir conteúdo *online*. Além disso, a interação em tempo real e a participação ativa dos espectadores enriqueceram a experiência de consumo de notícias, tornando-a mais envolvente e interactiva.

O caso da TV Miramar demonstra como as emissoras de televisão podem aproveitar as redes sociais para expandir seu alcance e engajamento, adaptando-se às preferências e comportamentos dos usuários modernos. Ao adoptar a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais, a emissora conseguiu estabelecer uma presença digital relevante e fortalecer sua posição como uma fonte confiável de informações em Moçambique.

#### **4.1. Análise da estratégia de transmissão de telejornal ao vivo pela TV**

##### **Miramar**

A estratégia da TV Miramar de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais apresenta várias vantagens e benefícios.

Ao transmitir suas notícias ao vivo pelas redes sociais, a TV Miramar conseguiu ampliar significativamente seu alcance. As redes sociais têm um grande número de usuários ativos, permitindo que a emissora alcance um público mais amplo e diversificado. Isso ajuda a expandir sua audiência e aumentar o alcance de suas notícias para além dos espectadores tradicionais da televisão.

A transmissão ao vivo pelas redes sociais oferece uma oportunidade única de interagir e engajar diretamente o público. Os telespectadores podem fazer comentários, fazer perguntas, compartilhar suas opiniões e participar ativamente da discussão em tempo real. Isso cria um senso de envolvimento e participação, tornando a experiência de assistir às notícias mais interativa e estimulante para os espectadores.

As transmissões ao vivo pelas redes sociais podem ser facilmente acessadas em dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*. Isso é especialmente importante em regiões onde o acesso à internet por meio de dispositivos móveis é mais comum do que o acesso por meio de computadores *desktop* ou televisões. A estratégia da TV Miramar permite que os espectadores

acessem as notícias em qualquer lugar e a qualquer momento, aumentando a conveniência e a disponibilidade do conteúdo.

Ao incentivar os usuários a enviar vídeos, fotos e informações relevantes, a TV Miramar promoveu uma abordagem colaborativa na cobertura jornalística. Isso permite que os espectadores se tornem parte activa na produção de notícias, compartilhando informações valiosas e enriquecendo o conteúdo transmitido pela emissora. Essa participação do público aumenta a diversidade de perspectivas e enriquece a qualidade da cobertura jornalística.

Ao adoptar a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais, a TV Miramar demonstrou estar atenta às tendências e mudanças nos hábitos de consumo de mídia. Ela reconheceu a importância crescente das redes sociais como plataforma de informação e entretenimento, adaptando-se aos comportamentos dos usuários e fornecendo conteúdo relevante e acessível.

No entanto, é importante considerar alguns desafios e considerações ao adoptar essa estratégia. A gestão de comentários e interações pode ser complexa e exigir um monitoramento cuidadoso para evitar conteúdo inadequado ou ofensivo. Além disso, garantir a qualidade e a precisão das informações transmitidas ao vivo é fundamental para manter a credibilidade e a confiança dos espectadores.

No geral, a estratégia de transmissão de telejornal ao vivo pela TV Miramar por meio das redes sociais tem se mostrado eficaz para expandir o alcance, engajar o público e acompanhar as tendências digitais. Ela permite que a emissora se conecte de forma mais direta e próxima com seu público.

#### **4.2. Resultados obtidos com a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pela TV Miramar.**

Os resultados obtidos com a transmissão de telejornal ao vivo através das redes sociais pela TV Miramar podem variar dependendo de diversos factores, como o tamanho e a demografia da audiência, a qualidade do conteúdo transmitido e a eficácia da estratégia de engajamento adoptada.

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais permite que a TV Miramar alcance um público mais amplo e diversificado. Ao transmitir suas notícias nas plataformas de redes sociais populares, a emissora pode alcançar telespectadores que podem não assistir à televisão tradicionalmente, mas que estão ativos nas redes sociais. Isso resulta em um aumento do alcance e potencialmente um aumento da audiência total.

A estratégia de transmissão ao vivo pelas redes sociais permite que a TV Miramar engaje diretamente o seu público. Os espectadores podem comentar, compartilhar e interagir durante as transmissões, criando uma experiência mais participativa. Um aumento significativo no engajamento e na interação do público é um resultado positivo, pois indica que o conteúdo está sendo bem recebido e que os espectadores estão envolvidos e interessados nas notícias transmitidas.

A transmissão ao vivo pelas redes sociais também oferece à TV Miramar a oportunidade de receber feedback direto dos espectadores. Os comentários e interações dos usuários durante as transmissões podem fornecer *insights* valiosos sobre o conteúdo, a apresentação e as necessidades do público. A emissora pode aproveitar esse *feedback* para melhorar suas transmissões futuras e oferecer um conteúdo mais relevante e envolvente.

Ao adotar a estratégia de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais, a TV Miramar pode aumentar sua visibilidade e relevância no ambiente digital. Isso pode resultar em um aumento de seguidores, compartilhamentos e menções nas redes sociais, o que contribui para a construção de uma marca forte e reconhecida no espaço digital.

Ao disponibilizar as transmissões ao vivo pelas redes sociais, a TV Miramar pode alcançar espectadores que preferem consumir conteúdo em dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets*. Isso amplia a disponibilidade e acessibilidade das notícias, permitindo que os espectadores acompanhem as transmissões em qualquer lugar e a qualquer momento.

É importante ressaltar que os resultados podem variar de acordo com a estratégia específica adotada pela TV Miramar, bem como a forma como ela é executada e promovida. O monitoramento e a análise contínua dos resultados são fundamentais para ajustar e otimizar a estratégia de transmissão ao vivo pelas redes sociais, a fim de alcançar os melhores resultados possíveis.

### **4.3 Desafios e oportunidades para a TV Miramar na transmissão de telejornal pelas redes sociais.**

A televisão Miramar faz parte das televisões moçambicanas privadas, e é uma das televisões que cedo iniciou a congregação de dois órgãos de comunicação social distintos: a rádio e a televisão. Para além, de Maputo-cidade, a rede da Miramar pode ser encontrada também, nas cidades de Beira Nampula e Inhambane. A sua direcção é dirigida por José Guerra.

Vale ressaltar que, a Miramar faz parte da Rede Comunitária, que começou a operar em 1998 (Miguel, 2013:64). Para o autor atrás mencionado, a Miramar é uma das televisões que cobre grande parte do território moçambicano.

Actualmente, a TVMiramar apresenta diversos tipos de programas, com maior enfoque para os de entretenimento, religiosos e informativos. Na verdade, existe uma interdependência entre a TV Miramar e a igreja Universal do Reino de Deus.

Miguel (2008:128) referiu numa análise mais profunda que a Televisão Miramar arrecada mais nos cultos do que propriamente através da publicidade, como se espera de uma emissora comercial numa sociedade capitalista que, em princípio, deveria almejar a optimização de recursos.

A transmissão de telejornal pelas redes sociais apresenta tanto desafios, quanto oportunidades para emissoras como a TV Miramar e outras. Aqui estão alguns dos principais desafios e oportunidades:

#### **4.3.1 Desafios:**

A transmissão de telejornal pelas redes sociais pode tornar desafiador o modelo de negócios tradicional das emissoras. A concorrência por atenção e receitas publicitárias é intensa nas redes sociais, e as emissoras precisam encontrar maneiras de monetizar seu conteúdo e gerar receitas sustentáveis.

As emissoras de TV enfrentam o desafio de depender dos algoritmos das redes sociais para alcançar seu público. As mudanças nos algoritmos podem afetar a visibilidade do conteúdo das emissoras e dificultar o alcance do público desejado. Isso exige uma adaptação constante às mudanças dos algoritmos e a busca de estratégias eficazes para aumentar a visibilidade.

Verificação de factos e combate à desinformação: A disseminação de desinformação e notícias falsas é um desafio significativo nas redes sociais. As emissoras de notícias precisam investir em recursos e equipas especializadas em verificação de factos para garantir a precisão e a credibilidade das informações transmitidas. Isso requer um trabalho constante de educação do público sobre a importância de verificar a veracidade das notícias.

#### **4.3.2 Oportunidades:**

Alcance e engajamento do público: As redes sociais oferecem uma oportunidade única para as emissoras alcançarem um público amplo e engajado. Com bilhões de usuários ativos nas redes sociais, as emissoras têm a chance de alcançar pessoas que talvez não assistam TV

tradicionalmente. O engajamento do público por meio de compartilhamentos, comentários e interações pode aumentar a visibilidade e a relevância das emissoras.

**Personalização e segmentação de conteúdo:** As redes sociais permitem a personalização e a segmentação de conteúdo com base nos interesses e preferências dos usuários. As emissoras podem utilizar esses recursos para entregar conteúdo relevante e sob medida para seu público-alvo, aumentando o engajamento e a fidelidade dos espectadores.

**Interatividade e participação do público:** A transmissão de telejornal pelas redes sociais oferece a oportunidade de interação e participação direta do público. As emissoras podem promover debates, realizar enquetes, responder a perguntas e ouvir o feedback dos espectadores em tempo real. Isso fortalece o relacionamento com o público e cria uma comunidade engajada em torno da marca.

**Possibilidade de conteúdo multimídia:** As redes sociais permitem que as emissoras de notícias explorem formatos de conteúdo multimídia, como vídeos curtos, infográficos e imagens interativas. Isso proporciona uma experiência visual e envolvente para os espectadores, permitindo que absorvam as notícias de maneira mais dinâmica e atrativa.

Em resumo, a transmissão de telejornal pelas redes sociais apresenta desafios e oportunidades para as emissoras, como a TV Miramar. Ao enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades, as emissoras podem expandir seu alcance, engajar seu público de maneira mais profunda e garantir sua relevância em um cenário de mídia em constante evolução.

#### **4.4. Produção e transmissão streaming na TV Miramar**

A produção e transmissão do telejornal para as redes sociais na TV Miramar envolvem um processo dinâmico e inovador, permitindo alcançar um público mais amplo e diversificado. A TV Miramar reconhece a importância das plataformas de *streaming* e das redes sociais como ferramentas poderosas para a disseminação de notícias e informações em tempo real.

No processo de produção, uma equipe dedicada é responsável por selecionar, investigar e apresentar as notícias de forma imparcial e objetiva. São seguidos rigorosos padrões jornalísticos para garantir a veracidade e a relevância das informações transmitidas. Além disso, a TV Miramar valoriza o pluralismo, oferecendo espaço para diferentes perspectivas e opiniões, respeitando a diversidade de crenças, políticas e religiões.

A transmissão do telejornal para as redes sociais é realizada por meio de plataformas de *streaming*, como o Facebook e o YouTube, que permitem alcançar um público mais amplo e interativo. Os espectadores têm a oportunidade de assistir ao telejornal ao vivo, comentar, compartilhar e interagir com os apresentadores e outros telespectadores, enriquecendo a experiência e promovendo o diálogo.

Durante a transmissão, a TV Miramar adota medidas para preservar a integridade do conteúdo, evitando a exibição de imagens sensíveis ou violações de privacidade. O objetivo é informar o público de forma responsável e ética, respeitando os direitos das pessoas envolvidas nas notícias.

A TV Miramar reconhece a importância das redes sociais e do *streaming* na era digital, aproveitando essas ferramentas para alcançar um público mais amplo, fortalecer a interação com os telespectadores e garantir a disseminação eficiente e rápida das notícias. A produção e a transmissão do telejornal para as redes sociais na TV Miramar refletem a busca contínua pela inovação e pela adaptação às demandas do público moderno.

A seguir são apresentados os resultados da entrevista com o diretor da informação da TV Miramar:

**Para a questão relativa avaliação da qualidade das transmissões de notícias ao vivo feitas pela TV Miramar através das redes sociais, o director de Informação da TV Miramar afirmou que:**

*“Avalio positivamente, tomando em conta alguns prisms mas, acredito que podemos melhorar. Positivamente porquê? Há um investimento feito por de trás da nossa cadeia noticiosa que nos permite transmitir as notícias em tempo real no sentido de que está a acontecer alguma coisa em determinado momento; estamos a emitir naquele preciso momento e as pessoas estão a ver naquele exacto momento através de diferentes plataformas como um computador como este, um celular como o seu, um tablete e por ai vai; então, esta possibilidade de actualizar o telespectador, o ouvinte, o internauta sob o comando de uma plataforma multimedia faz-nos crer que estamos num bom” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

*“Conseguimos um longo alcance pelos estudos que temos de audiência quer nas redes sociais quer nos meios tradicionais como, a rádio e televisão onde parte dos nossos programas são transmitidos em simultâneo, temos uma boa adesão tanto no meio urbano, assim como, no meio rural apesar das diferenças que poderemos encontrar entre esses dois públicos. Então é*

*positivo porque conseguimos tramitar em cadeia e conseguimos levar conteúdo relevante para o público que nos assiste no meio tradicional mas, para o público que nos assiste nas redes sociais. É este exercício que fazemos e fazemos muito bem com exemplos de programas como Balanço Geral, Fala Moçambique que são top de audiência nos seus períodos de exibição eles lideram e não têm concorrente directo e a diferença de pontuação entre o segundo e o primeiro colocado é abismal então, esta é a perspectiva positiva” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

De acordo com o diretor de informação da TV Miramar, a avaliação da qualidade das transmissões de notícias ao vivo feitas pela TV Miramar pelas redes sociais é um aspecto crucial para garantir uma experiência satisfatória aos telespectadores. Através do *feedback* recebido, é possível medir o nível de precisão das informações, a clareza na apresentação e a relevância dos temas abordados. A interação dos telespectadores nas redes sociais desempenha um papel fundamental nesse processo, permitindo à emissora compreender as preferências do público e realizar ajustes necessários. Essa avaliação contínua contribui para o aprimoramento das transmissões, garantindo que a TV Miramar ofereça um serviço de notícias de qualidade ao vivo e alinhado com as expectativas do seu público nas redes sociais.

**Quanto a pergunta sobre a interação dos usuários durante a transmissão de programa, o director de Informação da TV Miramar respondeu o seguinte.**

*“O que nós fazemos com base em regras já estabelecidas pela própria plataforma dentro daqueles que são os canais de censura estabelecidos pelas próprias plataformas onde fazemos o streaming como é o caso do facebook e youtube, já existe controle de determinadas expressões; são automaticamente censurados, por exemplo de um palavrão falando de comentários escritos, mas de resto, liberdade de expressão lá está expressso (entrevistado no dia 25/04/2013). ”.*

*“Nos nossos canais têm um pluralismo sem precedentes, falam pessoas de todas as crenças religiosas, políticas e por ai vai e sem censura e sem nenhum tipo de limitação, então, por um lado temos os filtros das próprias plataformas e por outro temos obviamente os nossos sob ponto de vista de imagem; dificilmente há-de nos ver a mostrarmos sangue, a cara de um menor em conflito com a lei, a cara de uma vítima de violação, não vamos mostrar um caso que ainda não transitou em julgado e o rosto de um suspeito, então essas são as nossas salvaguarda no conteúdo” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

Em geral, na TV Miramar a interação dos usuários durante a transmissão de programas é regulada por regras estabelecidas pelas plataformas de *streaming*, como o Facebook e o YouTube. Essas plataformas possuem mecanismos automáticos de censura para controlar expressões inadequadas, como palavrões nos comentários escritos. No entanto, além desses filtros, a liberdade de expressão é respeitada, permitindo um pluralismo sem precedentes nos canais da TV Miramar. Pessoas de diferentes crenças religiosas, políticas e outras podem se expressar sem censura ou limitações. A emissora também estabelece suas próprias diretrizes em relação à imagem, evitando mostrar cenas violentas, rostos de menores envolvidos em conflitos legais, vítimas de violação, casos que ainda não foram julgados e rostos de suspeitos. Essas salvaguardas garantem a integridade e o respeito ao conteúdo transmitido durante o programa, buscando equilibrar a liberdade de expressão com a sensibilidade do público.

**Quanto a questão de transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais se está a mudar a forma como as notícias são produzidas e consumidas, o director de informação da TV Miramar respondeu o seguinte:**

*“Sim, está! não precisamos de ir para longe e recuando um pouco na minha intervenção eu disse que estamos a levar a televisão para as redes sociais e as redes sociais para a televisão, quer dizer que a rede social é mais solta e reactivamente menos formal e vai afectando a forma como o programa é produzido na televisão; fazer uma coisa toda ela quadrada, formatada as palavras todas articuladas de tal forma que parece mesmo uma coisa, quer dizer aquele formalismo dos canais tradicionais não mas, as redes sociais estão a mudar. Atenção, mudar não significa forçar com que este órgão de comunicação passe a fazer as suas coisas, por causa da pressa passam a apurar mal; há que diferenciar rede social de uma emissora com a dimensão e responsabilidade que a televisão Miramar tem e um desses blogs que surgem por aí e que se dedicam ao plágio e outros até colocam informação não confirmada” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais está provocando mudanças na forma como as notícias são produzidas e consumidas. A integração das redes sociais com a televisão está trazendo uma abordagem mais solta e menos formal, afetando a maneira como o programa é produzido. Os formatos tradicionais, com linguagem estruturada e palavras cuidadosamente articuladas, estão sendo influenciados pela natureza mais dinâmica das redes sociais. No entanto, é importante ressaltar que essa mudança não significa comprometer a qualidade ou a responsabilidade das emissoras de televisão, como a TV Miramar. A diferença

entre as redes sociais e uma emissora renomada como a TV Miramar está na forma como as informações são apuradas e confirmadas. Enquanto algumas plataformas de mídia social podem estar sujeitas a plágio ou divulgação de informações não confirmadas, a TV Miramar mantém sua dimensão e responsabilidade na entrega de notícias confiáveis e de qualidade aos telespectadores.

**Na questão sobre a TV Miramar estar aproveitando todo o potencial das redes sociais na transmissão de telejornal ao vivo, o director de informação respondeu o seguinte:**

*“Estamos mas, ainda é possível fazer mais; dou-lhe um exemplo muito concreto tivemos em Fevereiro de 2022 uma edição especial de abertura de um programa que tem como nome FM Podcast que passa aos Sábados pelas 15 horas, inicialmente aquele programa era dedicado apenas para as redes sociais; as pessoas viam o programa apenas nas redes sociais mas, o programa tornou-se tão forte que passou a ocupar um lugar na grelha da emissora mãe que é a Miramar então para perceber o quão forte, o programa rendeu números suficientes sob o ponto de vista de audiência naquele horário que nos permitiu fazer esta transição e fomos os pioneiros desta experiência; os números não nos deixam mentir, numa transmissão temos mais de 3 a 4 mil pessoas, exemplo do velório do rapper Azagaia que transmitimos em directo o cortejo fúnebre chegamos a números históricos de mais 24 mil pessoas online. Se aquele é um indicador temos um número daqueles nas redes sociais e quantas estão a assistir pela televisão tradicional?*

*Estamos explorar com recurso a tecnologia um investimento muito grande para além do próprio streaming as pessoas não vão ficar na minha página porque a Miramar transmite em directo, ficam connosco porque o conteúdo agrada, convence e é bom e sabemos que o consumidor esta cada vez mais crítico e mais esclarecido com acesso de diversidade de conteúdo ainda escolhe o nosso meio de comunicação social”(entrevistado no dia 25/04/2023).*

Ficou claro que a TV Miramar está aproveitando o potencial das redes sociais na transmissão de telejornal ao vivo, mas ainda há espaço para explorar mais possibilidades. Um exemplo concreto é o programa FM Podcast, que inicialmente era dedicado apenas às redes sociais. O sucesso desse programa foi tão grande que ele conquistou um lugar na grade de programação da emissora. Essa transição ocorreu devido aos números impressionantes de audiência que o programa alcançou nas redes sociais, permitindo essa expansão para a televisão tradicional. A

TV Miramar foi pioneira nessa experiência, e os números comprovam seu sucesso, com milhares de pessoas assistindo às transmissões ao vivo. Além disso, a emissora tem investido em tecnologia e *streaming* para oferecer um conteúdo de qualidade, que agrada e convence os telespectadores. A TV Miramar entende que o público está cada vez mais crítico e informado, e mesmo com acesso a uma variedade de conteúdos, escolhem acompanhar a emissora devido à qualidade e relevância do seu conteúdo.

**Quanto ao nível de engajamento com as transmissões ao vivo de notícias da TV Miramar pelas redes sociais, a resposta do director de informação foi a seguinte:**

*“Há um grande engajamento. As pessoas vão, assistem em directo depois de disponibilizarmos os videos. Exemplo da página do youtube teve 294mil visualizações, para uma noticia é muito, e não se compara a um vídeo musical” (entrevistado no dia 25/04/2013).*

Nesta questão ficou claro que na TV Miramar, o nível de engajamento com as transmissões ao vivo de notícias da TV Miramar pelas redes sociais é significativo. As pessoas demonstram grande interesse, assistindo os programas ao vivo e também acessando os vídeos disponibilizados posteriormente. Um exemplo marcante é o número impressionante de 294 mil visualizações em uma notícia na página do YouTube, o que mostra o interesse do público por esse conteúdo. Esse engajamento supera até mesmo o alcance de vídeos musicais, demonstrando a relevância e o interesse que as transmissões de notícias da TV Miramar ao vivo despertam nas redes sociais.

**Sobre a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pode ser uma ameaça para a televisão tradicional, o director da Informação respondeu o seguinte:**

*“ Não é uma ameaça. São produtos que se vão complementando ou que se vão segmentando. Dizer que as redes sociais vão ocupando um completo espaço áudio-visual, não constitui a verdade porque geralmente os dispositivos onde eu uso para ver esses programas eu também uso para outras coisas imaginando que estou aqui assistindo um programa importante e esta entrando uma mensagem importante que eu devo responder esta, entra uma chamada e isso interrompe mas, vendo a televisão ela continua em funcionamento na medida em vou recebendo chamadas” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

*“A televisão vai continuar a ter o seu espaço e as redes sociais o seu espaço; não quero crer que por conta da interação que acontece nas redes sociais, deste interesse em participar*

*activamente na vida política, econômica e social de Moçambique, a televisão, a rádio, o jornal vão desaparecer e as redes sociais serão uma ameaça; há que também ver o carácter profissional com que é feita a televisão e alguma informalidade que aí está nas redes sociais. Não é uma ameaça, antes pelo contrário uma oportunidade defazer produtos segmentados, especializados a TV vai continuar com o seu papel; as redes seriam uma ameaça para quem nunca percebeu qual é o intuito da evolução tecnológica.ATv Miramar como tem a inovação no seu DNA efectivamente não está preocupado com esse tipo de questões, antes pelo contrário fazemos uso para ampliar ainda mais a relevância e a força da emissora” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

Nesta questão, ficou claro que a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais não representa uma ameaça para a televisão tradicional, mas sim uma oportunidade de complementaridade e segmentação. Embora as redes sociais estejam ganhando espaço no cenário audiovisual, os dispositivos utilizados para assistir a programas nas redes sociais também são utilizados para outras atividades, como chamadas e mensagens. A televisão continua funcionando mesmo com essas interrupções.

Acredita-se que a televisão, rádio e jornais continuarão a ter seu espaço, enquanto as redes sociais terão o seu próprio espaço. A interação nas redes sociais e o interesse em participar ativamente na vida política, econômica e social de Moçambique não significam que a televisão e outros meios de comunicação desaparecerão, tornando as redes sociais uma ameaça. É importante considerar o carácter profissional da televisão em contraste com a informalidade das redes sociais.

Não se trata de uma ameaça, mas sim de uma oportunidade para criar produtos segmentados e especializados. A TV Miramar, como uma emissora inovadora, não se preocupa com esse tipo de questões. Pelo contrário, aproveita a evolução tecnológica para ampliar ainda mais a relevância e a força da emissora. Portanto, a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais é vista como uma oportunidade de fortalecimento, em vez de uma ameaça para a televisão tradicional.

**Sobre as redes sociais poderem ser uma ferramenta útil para a transmissão de telejornal em tempo real em situações de crise ou emergência, o Director de Informação da TV Miramar respondeu o seguinte:**

*“Sim! Exemplo da ocorrência de um acidente naMatola, que condicionou otransito na N1.Houve paralização dos transportes semi-colectivos (chapas) e distúrbios, e por contas das*

*redes sociais as pessoas tiverem informações para precaução prévia. Apesar de sermos uma empresa privada de comunicação nos prestamos um serviço de utilidade pública. No caso do ciclone Fred nós fomos transmitindo informações em tempo real, sobre o que as pessoas deviam fazer para se precaverem e acreditamos que prestamos um bom serviço ao país na medida em que eram informações de utilidade pública” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

Na TV Miramar, as redes sociais têm se mostrado uma ferramenta extremamente útil para a transmissão de telejornais em tempo real durante situações de crise ou emergência. Um exemplo concreto disso foi a ocorrência de um acidente na N1, que causou congestionamentos e perturbações no transporte público na região da Matola. Por meio das redes sociais, as pessoas puderam obter informações em tempo real, permitindo que se precavessem e tomassem decisões adequadas. A TV Miramar, mesmo sendo uma empresa privada de comunicação, desempenha um papel de utilidade pública ao fornecer informações relevantes em momentos críticos. Durante o ciclone Fred, por exemplo, a emissora transmitiu informações em tempo real, orientando as pessoas sobre medidas de precaução. Acredita-se que esse serviço prestado pela TV Miramar tenha sido valioso para o país, fornecendo informações de utilidade pública e contribuindo para a segurança da população..

**Quanto a avaliação da gestão dos comentários e interações dos usuários durante as transmissões de notícias da TV Miramar ao vivo pelas redes sociais. O director de informação respondeu o seguinte:**

*“Nós estamos dentro de uma plataforma que por si só já tem uma “umbrela” legal de como as pessoas devem se comportar e não a Miramar que determina como as pessoas devem pautar por uma postura correcta nas redes sociais; as pessoas acessam as redes sociais da Tv Miramar mas, aquele que viola as regras da propria comunidade onde estamos inseridos e tratado pelo dono da plataforma; onde podemos ter um controle e nos caso na forma de transmissão de tradicional” (entrevistado no dia 25/04/2023).*

Na TV Miramar, a gestão dos comentários e interações dos usuários durante as transmissões de telejornal ao vivo pelas redes sociais é feita dentro do contexto das próprias plataformas, seguindo as diretrizes e regras estabelecidas por elas. A TV Miramar não determina como as pessoas devem se comportar nas redes sociais, pois já existe uma "umbrela" legal e um conjunto de normas definidas pela plataforma em que estamos inseridos. Caso haja violação dessas regras por parte dos usuários, cabe ao dono da plataforma lidar com essas situações e

aplicar as medidas adequadas. No caso das transmissões de TV tradicional, a TV Miramar possui um controle mais direto sobre o conteúdo transmitido.

**Sobre a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pode aumentar o engajamento e a participação dos usuários na produção de notícias, O director de informação respondeu o seguinte:**

*“ Sem sombra de dúvidas, quanto passa um programa noticioso sobre a estrada esburacada da Matola, um residente da Manhica está a comentar dizendo por favor aqui também estamos tendo o mesmo problema; já está a dar uma ideia de pauta. Estamos aumentando também o nível de cidadania, participação activa do cidadão nos problemas do país, fazendo denúncias e dando sugestões de diversa ordem” ( entrevistado no dia 25/04/2023).*

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais definitivamente pode aumentar o engajamento e a participação dos usuários na produção de notícias. Através dos comentários e interações durante a transmissão, os usuários têm a oportunidade de compartilhar suas opiniões, experiências e até mesmo sugerir pautas para futuras reportagens. Isso cria um ambiente mais participativo e engajado, onde os cidadãos podem expressar suas preocupações, fazer denúncias e oferecer sugestões para questões diversas. Essa interação contribui para o fortalecimento da cidadania e para uma maior conexão entre os meios de comunicação e o público, permitindo uma troca de informações mais dinâmica e enriquecedora.

**Na questão relativa a transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais se pode mudar o papel dos jornalistas e produtores de conteúdo na produção de notícias. Director da Informação da TV Miramar respondeu o seguinte:?**

*“ O papel dos jornalistas e produtores de conteúdos na produção de noticias e ainda mais reforçado porque quem é esclarecido já sabe que há um trabalho de apuramento, de cruzamento de dados, de contraditório e todas as regras que emanam um bom jornalismo. Hoje, o jornalista é obrigado a ter técnicas do uso das tecnologias de informação devido a conjuntura actual sem quebrar a sua linha editorial. Até porque a comunicação já não se singe nas empresas de comunicações social mas, em todas entidades singulares que pretendam comunicar algo” ( entrevistado no dia 25/04/2023).*

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais tem o potencial de mudar o papel dos jornalistas e produtores de conteúdo na produção de notícias. Com a disseminação das redes

sociais, os jornalistas precisam se adaptar e dominar as tecnologias de informação para acompanhar a conjuntura atual. Além de realizar o trabalho de apuração, cruzamento de dados e contraditório, eles também precisam dominar as técnicas de uso das redes sociais para alcançar um público mais amplo.

Essa mudança implica que a comunicação já não se restringe apenas às empresas de comunicação tradicionais. Agora, qualquer entidade que queira comunicar algo pode utilizar as redes sociais como um canal directo de interação com o público. No entanto, é fundamental que os jornalistas mantenham sua linha editorial e preservem os princípios éticos e a qualidade do jornalismo, garantindo a veracidade das informações e o respeito aos padrões profissionais. Assim, eles desempenham um papel crucial na produção de notícias confiáveis e relevantes, adaptando-se às novas plataformas de comunicação.

### **Avaliação de recepção de telejornal pelos telespectadores**

A avaliação de recepção do telejornal transmitido em *streaming* para as redes sociais pelos telespectadores da TV Miramar é uma parte fundamental do processo de produção e transmissão. É por meio do *feedback* dos telespectadores que a Miramar pode medir a eficácia da transmissão, compreender as preferências e necessidades do público e realizar melhorias contínuas.

Os telespectadores desempenham um papel activo ao expressarem suas opiniões, comentários e críticas sobre o telejornal transmitido em *streaming*. Suas avaliações ajudam a avaliar a qualidade do conteúdo, a precisão das informações transmitidas e a adequação da apresentação. Além disso, o *feedback* dos telespectadores ajuda a identificar pontos fortes e áreas de melhoria, permitindo-nos ajustar e aprimorar nossa abordagem para atender melhor às expectativas do público.

As redes sociais fornecem uma plataforma conveniente para que os telespectadores expressem suas opiniões de forma direta e imediata. Comentários, curtidas, compartilhamentos e interações são indicadores importantes de engajamento e interesse do público. Ao analisar essas interações, podemos entender o impacto e a relevância do telejornal transmitido em *streaming* e identificar tópicos ou segmentos que geram maior engajamento.

Avaliar a recepção do telejornal em *streaming* pelos telespectadores também ajuda a compreender as preferências de formato e estilo de apresentação. Por exemplo, podemos identificar se os telespectadores valorizam um estilo mais informal e descontraído ou se

preferem uma abordagem mais séria e formal. Essas informações são valiosas para adaptar a programação e garantir que atendamos às expectativas do público.

Além disso, a avaliação de recepção permite monitorar a satisfação geral do público e identificar oportunidades de melhoria. Com base nas opiniões dos telespectadores, pode-se ajustar a duração do telejornal, o tempo de cada segmento, a seleção de notícias e outros elementos para melhor atender às necessidades e interesses do público.

A administração do questionário foi realizada de forma *online*, por meio da página *web* da TV Miramar. A equipe responsável pela pesquisa disponibilizou o questionário em um formato digital acessível aos usuários da página, garantindo facilidade e comodidade para que pudessem responder às perguntas.

Na página *web* da TV Miramar, foi criado um link específico para o questionário, permitindo que os usuários acessassem diretamente a pesquisa. O *link* foi divulgado por meio das redes sociais da emissora e também pode ter sido compartilhado durante a programação de televisão, incentivando os espectadores a participarem da pesquisa.

Ao acessar o *link*, os participantes foram direcionados para uma página contendo as perguntas do questionário. Eles puderam responder de forma anônima, garantindo a confidencialidade de suas respostas. O questionário foi elaborado de forma clara e objetiva, com perguntas relacionadas aos temas de interesse da pesquisa, como a qualidade das transmissões ao vivo, a interação dos usuários e a percepção das notícias veiculadas nas redes sociais.

Após responderem às perguntas, os participantes puderam enviar suas respostas por meio do próprio formulário *online*. A equipe responsável pela pesquisa recebeu os dados coletados e realizou a análise estatística das respostas para obter os resultados finais.

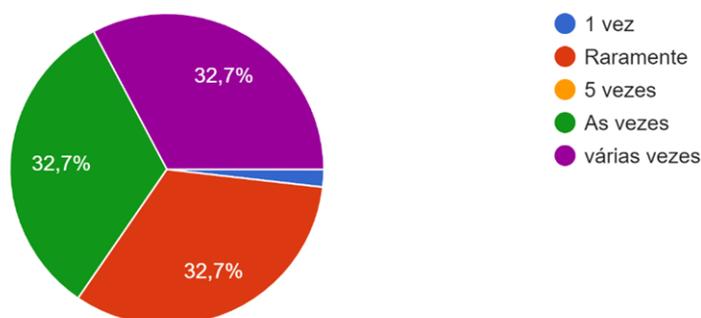
A utilização da página *web* da TV Miramar para a administração do questionário permitiu alcançar um grande número de participantes, facilitando a coleta de dados de forma eficiente. Além disso, a plataforma *online* possibilitou uma ampla cobertura geográfica, permitindo que espectadores de diferentes regiões pudessem participar da pesquisa.

A seguir são apresentados os resultados do questionário administrado aos telespectadores do telejornal *streaming* da TV Miramar:

**Gráfico 1 : Frequência de transmissão de notícias ao vivo na Tv Miramar pelas redes sociais.**

1. Com que frequência você assiste à transmissão de notícias ao vivo na TV Miramar pelas redes sociais?

55 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

De acordo com o estudo, aproximadamente 65,5% dos entrevistados assistem às transmissões de notícias ao vivo pela TV Miramar pelas redes sociais, sendo que 32,7% assistem várias vezes e 32,7% assistem raramente. Isso indica um interesse considerável nesse tipo de conteúdo, com uma proporção igual de pessoas que acompanham regularmente e de forma mais esporádica.

Esses resultados refletem a preferência e o comportamento dos entrevistados em relação ao consumo de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar. No entanto, é importante observar que cerca de 34,5% dos entrevistados afirmaram não assistir a essas transmissões. Essa diversidade de respostas destaca a importância de entender as preferências do público e adaptar as estratégias de transmissão para alcançar uma audiência mais ampla.

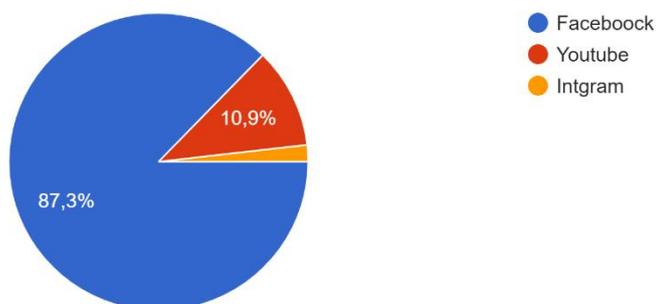
Os dados mostram que as transmissões de notícias ao vivo pela TV Miramar através das redes sociais têm sido bem recebidas, com 45% dos entrevistados considerando-as excelentes, 29,1% as classificando como muito boas e 25% considerando-as razoáveis. Além disso, a maioria dos entrevistados acredita que essas transmissões são mais acessíveis (54,7%) e informativas (61,5%) em comparação com as transmissões tradicionais na TV aberta.

A interação dos usuários durante as transmissões também foi significativa, com 69,8% dos entrevistados afirmando que costumam interagir durante os programas ao vivo. A maioria dessas interações ocorre por meio de reações (48,5%), seguidas de comentários (30,3%) e compartilhamentos (21,2%).

Esses resultados indicam que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais podem aumentar o engajamento e a participação dos usuários na produção de conteúdo informativo. Além disso, eles apontam para a possibilidade de que essas transmissões estejam mudando a forma como as notícias são produzidas e consumidas, afetando o papel dos jornalistas e produtores de conteúdo.

**Gráfico 2: O tipo de redes sociais em que os usuários assistem as transmissão de notícias ao vivo pela Tv Miramar.**

2. Em que redes sociais você costuma assistir às transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar?  
55 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

Os resultados revelam uma clara preferência dos usuários das redes sociais da TV Miramar por acompanhar as notícias principalmente através do Facebook, com uma alta porcentagem de 87,3%. Isso indica que essa plataforma social é a preferida quando se trata de consumir conteúdo informativo ao vivo. O YouTube também se destaca como uma opção, com uma participação significativa de 10,9%. No entanto, é interessante observar que apenas 3% dos entrevistados mencionaram o Instagram como a plataforma de escolha para acompanhar as notícias ao vivo.

Esses dados demonstram a importância do Facebook como um canal de divulgação e compartilhamento de conteúdo jornalístico em tempo real. A popularidade dessa plataforma pode ser atribuída à sua ampla base de usuários e à facilidade de compartilhamento e interação com o conteúdo. É evidente que a TV Miramar tem se beneficiado dessa preferência, alcançando um público significativo por meio do Facebook.

No entanto, vale ressaltar que a presença no YouTube também é relevante, uma vez que essa plataforma oferece recursos de vídeo e permite uma experiência mais visual para os usuários.

Isso pode ser especialmente atrativo para aqueles que desejam assistir às transmissões de notícias ao vivo e ter acesso a conteúdo multimídia relacionado.

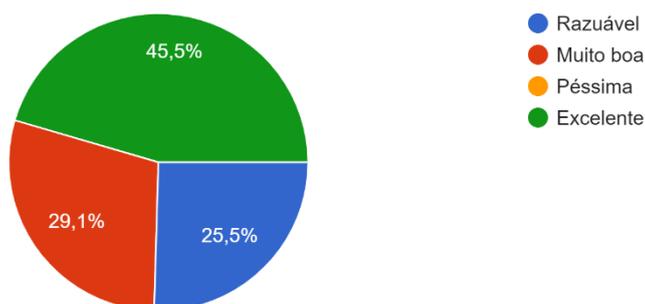
Embora o Instagram tenha sido mencionado por uma parcela menor dos entrevistados, sua presença como uma opção para acompanhar as notícias ao vivo ainda é relevante. Com sua ênfase na compartilhamento de imagens e vídeos curtos, o Instagram pode ser explorado pela TV Miramar como uma oportunidade para fornecer conteúdo visual atrativo e engajar os usuários de maneira diferenciada.

Esses resultados indicam a importância de adaptar a estratégia de transmissão de notícias ao vivo para as diferentes plataformas de redes sociais. Ao direcionar os esforços principalmente para o Facebook e o YouTube, a TV Miramar pode alcançar um público mais amplo e diversificado. No entanto, também é importante explorar o potencial do Instagram e considerar a possibilidade de expandir a presença em outras plataformas emergentes que possam atrair um público específico.

### **Gráfico 3: Opinião dos entrevistados sobre a transmissão de *streaming* de notícias pela TV Miramar nas redes sociais**

3. Qual é a sua opinião sobre a qualidade da transmissão de notícias ao vivo pela TV Miramar nas redes sociais?

55 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

A opinião dos entrevistados sobre a transmissão de streaming de notícias pela TV Miramar nas redes sociais reflete um alto nível de satisfação. Dos 55 entrevistados, 45% consideram a transmissão excelente, o que indica um nível elevado de qualidade e eficiência na entrega das notícias em tempo real. Além disso, 29,1% dos entrevistados afirmam que a transmissão é

muito boa, o que reforça a percepção positiva do público em relação à experiência de assistir às notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar.

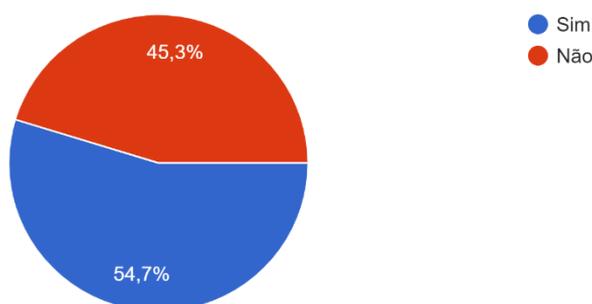
Embora um percentual menor, 25% dos entrevistados consideram a transmissão razoável. Essa opinião pode estar relacionada a expectativas diferenciadas ou a aspectos específicos da transmissão que poderiam ser aprimorados. É importante ressaltar que mesmo esse grupo que considera a transmissão razoável ainda expressa uma avaliação positiva, sugerindo que a TV Miramar está no caminho certo ao transmitir notícias ao vivo pelas redes sociais.

Esses resultados demonstram uma aceitação geral das transmissões de notícias ao vivo pela TV Miramar nas redes sociais. A alta porcentagem de entrevistados que classificam a transmissão como excelente ou muito boa indica um bom desempenho por parte da TV Miramar em fornecer conteúdo de qualidade e uma experiência satisfatória para o público.

#### Gráfico 4: Acessibilidade das transmissões de notícias ao vivo e pela TV aberta

4. Você acredita que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar são mais acessíveis do que as transmissões tradicionais na TV aberta?

53 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

De acordo com os resultados do questionário, uma parcela significativa dos entrevistados (54,7%) concorda que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar são mais acessíveis do que as transmissões tradicionais pela TV aberta. Isso indica que o público percebe as vantagens e benefícios de acompanhar as notícias por meio das redes sociais, em comparação com os canais de televisão convencionais.

A acessibilidade das transmissões de notícias pelas redes sociais pode ser atribuída a vários factores. Primeiramente, as redes sociais oferecem uma ampla disponibilidade, permitindo que os usuários acessem o conteúdo em qualquer lugar e a qualquer momento, desde que tenham conexão com a internet. Isso proporciona maior flexibilidade para o público acompanhar as notícias de acordo com sua conveniência pessoal.

Além disso, as transmissões pelas redes sociais podem oferecer uma experiência interativa, permitindo que os espectadores comentem, compartilhem e reajam em tempo real durante a transmissão. Isso cria uma sensação de envolvimento e participação ativa na discussão dos assuntos abordados.

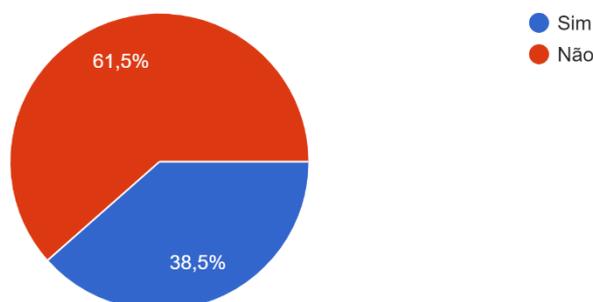
A acessibilidade das transmissões pelas redes sociais também está relacionada à facilidade de compartilhamento do conteúdo. Os espectadores têm a possibilidade de compartilhar as notícias com seus amigos e seguidores, aumentando assim o alcance e a disseminação da informação. Essa capacidade de compartilhamento contribui para uma maior acessibilidade e ampliação do público atingido pelas transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar.

No entanto, é importante ressaltar que uma porcentagem significativa (45,3%) dos entrevistados ainda considera as transmissões tradicionais pela TV aberta como mais acessíveis. Isso pode ser atribuído a diversos factores, como a disponibilidade de televisores convencionais em muitos lares e a familiaridade do público com esse meio de comunicação.

**Gráfico 5: Transmissões de notícias pelas redes sociais da TV Miramar são mais informativas do que as transmissões tradicionais na TV aberta.**

5. Você considera que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar são mais informativas do que as transmissões tradicionais na TV aberta?

52 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

Os resultados do questionário revelam que a maioria dos usuários (61,5%) acredita que as transmissões de notícias pelas redes sociais da TV Miramar são mais informativas do que as transmissões tradicionais na TV aberta. Isso indica que o público percebe a capacidade das redes sociais em fornecer informações atualizadas e relevantes em tempo real.

Existem alguns motivos que podem contribuir para essa percepção. Primeiramente, as redes sociais possibilitam um fluxo contínuo de informações, permitindo que as notícias sejam transmitidas instantaneamente para os usuários. Isso é especialmente importante em situações de última hora, eventos de última hora ou cobertura de notícias em tempo real, onde as redes sociais têm a vantagem de fornecer atualizações imediatas.

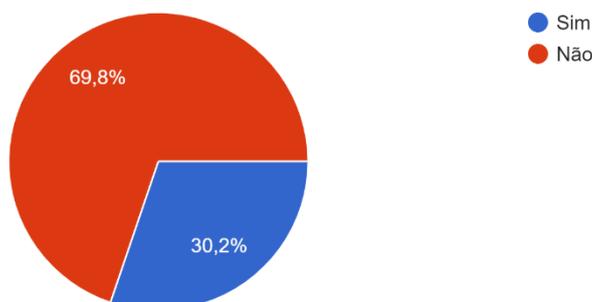
Além disso, as transmissões pelas redes sociais permitem uma interação direta entre os usuários e a TV Miramar. Os espectadores têm a oportunidade de comentar, fazer perguntas ou expressar sua opinião durante a transmissão, o que pode enriquecer a discussão e fornecer uma perspectiva adicional sobre o assunto em questão. Isso contribui para uma experiência mais informativa e envolvente para o público.

No entanto, uma parcela significativa dos entrevistados (38,5%) ainda acredita que as transmissões tradicionais na TV aberta são mais informativas. Isso pode ser devido à percepção de que as notícias transmitidas pela televisão tradicional passam por um processo mais rigoroso de seleção e verificação antes de serem veiculadas. Além disso, algumas pessoas podem preferir a experiência de assistir às notícias em uma tela maior e com uma qualidade de imagem superior.

### Gráfico 6: Resultados sobre interação ou comentários dos usuários durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais.

6. Você costuma comentar ou interagir durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais?

53 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

Os resultados do questionário revelam que a grande maioria dos usuários (69,8%) costuma interagir durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais. Isso indica que os espectadores estão ativamente envolvidos e participativos durante o processo de transmissão.

A interação durante as transmissões de notícias ao vivo pode assumir várias formas, incluindo comentários, curtidas, compartilhamentos e reações. Essas formas de interação permitem que os usuários expressem sua opinião, façam perguntas, forneçam feedback e compartilhem o conteúdo com sua rede de contatos. Essa interação direta com os espectadores pode enriquecer a experiência e promover uma maior conexão entre a emissora e o público.

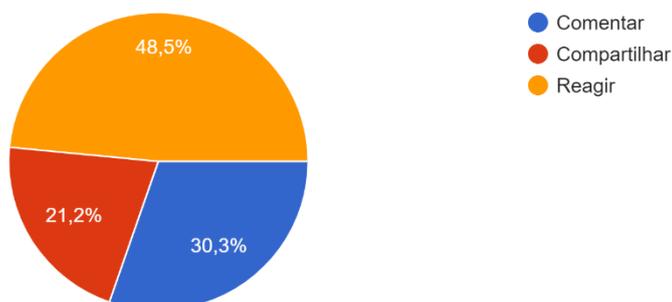
Por outro lado, os restantes 30,2% dos usuários relatam não interagir durante as transmissões ao vivo. Existem várias razões possíveis para essa falta de interação. Alguns espectadores podem preferir apenas assistir passivamente, sem sentir a necessidade de se envolver ativamente nas discussões. Outros podem não estar familiarizados ou confortáveis com as ferramentas de interação disponíveis nas redes sociais.

No entanto, é encorajador ver que a maioria dos usuários está engajada e participando ativamente durante as transmissões de notícias ao vivo. Isso indica um alto nível de interesse e envolvimento por parte do público, bem como uma oportunidade para a TV Miramar fortalecer e aprofundar o relacionamento com seus espectadores.

### Gráfico 7: O tipo de interação que os usuários costumam fazer durante as transmissões de notícias ao vivo da Tv Miramar pelas redes sociais.

7. Se sim, qual é o tipo de interação que você costuma fazer durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais?

33 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

Os resultados do questionário mostram que durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais, a maioria dos usuários se envolve de diferentes maneiras. A forma mais comum de interação é por meio de reações, representando 48,5% dos usuários. Isso indica que os espectadores expressam sua opinião ou emoção em relação ao conteúdo por meio de curtidas, *emojis* ou outras formas de reação disponíveis nas plataformas de redes sociais.

Além disso, 30,3% dos usuários relataram comentar durante as transmissões. Esses comentários podem incluir perguntas, contribuições, opiniões ou *feedbacks* relacionados ao conteúdo transmitido. Comentários fornecem uma oportunidade para os espectadores se expressarem, compartilharem suas opiniões e engajarem em discussões com outros usuários e até mesmo com a equipe de produção da TV Miramar.

Outra forma de interação observada é o compartilhamento, com 21,2% dos usuários participando dessa atividade. Compartilhar permite que os espectadores ampliem o alcance da transmissão, levando o conteúdo para sua própria rede de contatos e seguidores. Isso pode ajudar a disseminar as informações transmitidas pela TV Miramar, aumentar a visibilidade do canal e atrair novos espectadores para as transmissões ao vivo.

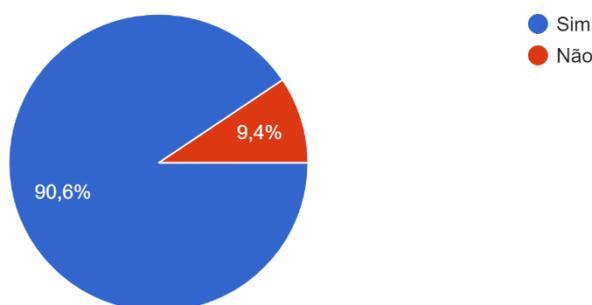
Esses resultados indicam que os usuários estão ativamente envolvidos e participativos durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais. Eles não apenas

assistem passivamente, mas também expressam suas opiniões, interagem com outros espectadores e ajudam a ampliar o alcance das transmissões por meio de compartilhamentos.

**Gráfico 8: Transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar percebida pelos usuários promove a participação do público na produção de conteúdos informativos.**

8. Você acredita que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar promove a participação do público na produção de conteúdo informativo?

53 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

Com base nos resultados do questionário, fica evidente que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar é percebida pelos usuários como uma forma eficaz de promover a participação do público na produção de conteúdos informativos. Com uma impressionante percentagem de 90,6%, a maioria dos usuários concorda que essa forma de transmissão cria oportunidades para que o público se envolva ativamente na produção de conteúdo.

Essa alta porcentagem de usuários que acreditam na participação do público pode ser atribuída ao caráter interativo das transmissões ao vivo pelas redes sociais. Através de recursos como comentários, reações e compartilhamentos, os usuários têm a oportunidade de expressar suas opiniões, fazer perguntas, fornecer *feedbacks* e até mesmo contribuir com informações adicionais relacionadas às notícias transmitidas. Essa interação direta entre a emissora e o público permite uma troca de informações em tempo real e cria um senso de envolvimento e participação.

Por outro lado, uma pequena parcela de 9,4% dos usuários refuta essa hipótese e acredita que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais não promove a participação do público na produção de conteúdo. É importante destacar que as razões por trás dessa opinião podem variar, desde uma percepção de falta de resposta por parte da emissora aos comentários e interações dos usuários, até uma visão mais passiva do papel do público na produção de notícias.

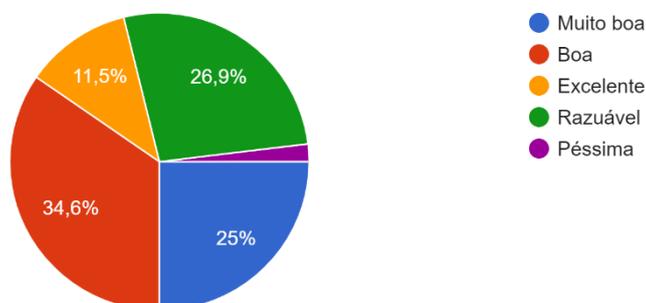
Esses resultados indicam a importância de uma abordagem estratégica por parte da TV Miramar na promoção da participação do público. É essencial que a emissora esteja atenta aos comentários e interações dos usuários, respondendo de forma adequada e incentivando a continuidade do engajamento. Além disso, é necessário que sejam criados espaços e oportunidades para que os usuários contribuam activamente com informações e perspectivas que possam enriquecer a cobertura jornalística.

Em termos de implicação, esses resultados destacam a relevância das transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais como uma ferramenta para promover a participação do público e ampliar o alcance das notícias.

### **Gráfico 9: A avaliação da interação durante as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar varia entre os usuários**

9. Como você avalia a interação da TV Miramar com os usuários durante as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais?

52 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

De acordo com os resultados do questionário, a avaliação da interação durante as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar varia entre os usuários. A maioria dos usuários (34,6%) avalia a interação como sendo boa, o que indica que eles percebem a existência de uma comunicação efetiva e satisfatória entre a emissora e o público durante essas transmissões. Essa avaliação positiva sugere que a TV Miramar está conseguindo criar um ambiente propício para a interação e o engajamento dos usuários.

Outra parcela significativa dos usuários (26,9%) avalia a interação como razoável. Isso pode indicar que esses usuários têm expectativas um pouco mais altas ou esperam uma maior interação e participação do público por parte da emissora durante as transmissões. No entanto, eles ainda consideram a interação de forma positiva, embora possa haver espaço para melhorias.

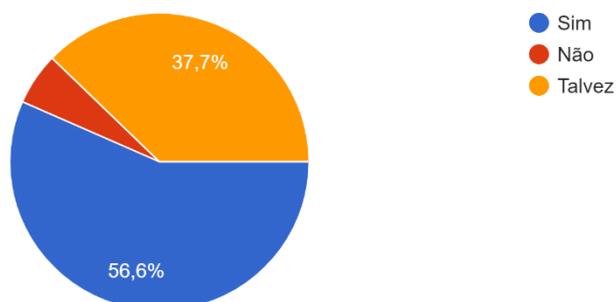
Uma parcela menor dos usuários (11,5%) avalia a interação como excelente. Isso indica que esses usuários estão extremamente satisfeitos com a qualidade da interação e consideram a TV Miramar um exemplo a ser seguido em termos de envolvimento do público durante as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais. Essa avaliação positiva é um reflexo do sucesso da emissora em criar um ambiente interativo e envolvente para seus espectadores.

Por outro lado, é importante notar que uma pequena porcentagem dos usuários acredita que a interação é péssima. Embora seja uma parcela minoritária, essa opinião deve ser levada em consideração, pois pode indicar a existência de problemas na interação entre a emissora e o público durante as transmissões. É necessário investigar as razões por trás dessa avaliação negativa e tomar medidas corretivas para melhorar a qualidade da interação.

**Gráfico 10: As transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar e a sua influencia na percepção dos usuários sobre os assuntos abordados.**

10. Você acredita que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar pode influenciar na sua percepção sobre os assuntos abordados na notícia?

53 respostas



**Fonte:** Elaborado pela autora

De acordo com os resultados do questionário, a maioria dos inquiridos (56,6%) afirmou que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar influenciam na sua percepção sobre os assuntos abordados. Isso indica que essas transmissões têm um impacto significativo na forma como os espectadores entendem e interpretam as notícias. A TV Miramar, ao transmitir ao vivo, consegue captar a atenção do público e transmitir informações de maneira mais envolvente e imediata, o que contribui para a formação da opinião dos espectadores.

Por outro lado, uma parcela significativa dos inquiridos (37,7%) demonstra dúvidas sobre a influência das transmissões ao vivo pelas redes sociais na sua percepção dos assuntos abordados. Esses indivíduos podem questionar a objetividade das informações transmitidas, a veracidade das notícias ou a possibilidade de enviesamento na cobertura. Suas dúvidas podem ser reflexo de preocupações mais amplas sobre a confiabilidade das informações veiculadas nas redes sociais. É importante que a TV Miramar esteja atenta a essas preocupações e busque maneiras de garantir a transparência e a credibilidade de suas transmissões ao vivo nas redes sociais.

Há também uma pequena parcela dos inquiridos que acredita que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar não influenciam sua percepção dos assuntos abordados. Esses indivíduos podem ter uma visão mais crítica em relação às notícias veiculadas pelas redes sociais, preferindo obter informações de fontes tradicionais, como a televisão aberta ou jornais impressos. É importante que a TV Miramar respeite essa diversidade de opiniões e mantenha-se aberta ao diálogo com seu público, buscando formas de atender às necessidades e preferências de diferentes segmentos de espectadores.

No geral, os resultados sugerem que as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar exercem influência sobre a percepção dos espectadores em relação aos assuntos abordados. Isso reforça a importância da emissora em fornecer informações precisas, imparciais e relevantes por meio de suas transmissões ao vivo. Recomenda-se que a TV Miramar continue a investir na qualidade de suas transmissões, promovendo a transparência, a credibilidade e o engajamento do público. Além disso, é fundamental que a emissora esteja atenta às preocupações e dúvidas dos espectadores, buscando formas de esclarecê-las e fortalecer o relacionamento de confiança com seu público.

## **CAPITULO 5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS**

A análise dos impactos da transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais revela uma série de discussões relevantes. Uma delas é a avaliação da qualidade das transmissões de notícias ao vivo feitas pela TV Miramar por meio das redes sociais. Nesse contexto, é importante considerar a opinião do diretor de Informação da TV Miramar, que desempenha um papel fundamental na definição dos padrões de qualidade e na busca por uma experiência satisfatória para os espectadores.

Além disso, a interação dos usuários durante a transmissão de programas ao vivo é um aspecto que merece atenção. O diretor de Informação da TV Miramar pode oferecer *insights* valiosos sobre o engajamento dos usuários durante as transmissões e a forma como essa interação afeta a produção e o consumo de notícias.

Pereira (2014) acredita que os usuários agora têm a capacidade de capturar imagens, vídeos e relatos em tempo real por meio de seus *smartphones* e compartilhá-los nas redes sociais. Esse tipo de jornalismo cidadão permite que acontecimentos e informações sejam divulgados rapidamente, muitas vezes antes mesmo que os meios de comunicação tradicionais tenham conhecimento deles. Isso ajuda a ampliar a cobertura de eventos e trazer perspectivas adicionais para os acontecimentos.

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais tem o potencial de mudar significativamente a forma como as notícias são produzidas e consumidas. Nesse sentido, o diretor de informação da TV Miramar pode compartilhar sua visão sobre como a adoção das redes sociais está influenciando as práticas tradicionais de produção de notícias e se a TV Miramar está aproveitando todo o potencial dessas plataformas nesse contexto.

Em relação ao engajamento dos usuários com as transmissões ao vivo de notícias da TV Miramar pelas redes sociais, é relevante realizar uma avaliação detalhada desse aspecto. O diretor de Informação da TV Miramar pode fornecer informações sobre o alcance e o impacto dessas transmissões, bem como sobre as estratégias utilizadas para promover o engajamento dos usuários durante a transmissão.

Os usuários agora têm a capacidade de capturar imagens, vídeos e relatos em tempo real por meio de seus *smartphones* e compartilhá-los nas redes sociais. Isso ajuda a ampliar a cobertura de eventos e trazer perspectivas adicionais para os acontecimentos (Perreira 2014). Eles procuram se manter atualizados sobre os acontecimentos e valorizam a experiência de assistir a transmissões ao vivo para obter informações em primeira mão. Esses usuários têm um conhecimento profundo ou um interesse especializado em um determinado tópico de notícias.

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais também pode ser encarada como uma potencial ameaça para a televisão tradicional. Nesse sentido, é importante considerar a opinião do diretor de Informação da TV Miramar sobre essa questão e como a empresa está se adaptando a esse novo cenário de consumo de notícias.

Adicionalmente, é relevante explorar a utilização das redes sociais como ferramenta útil para a transmissão de telejornais em tempo real em situações de crise ou emergência. O diretor de Informação da TV Miramar pode discutir a importância desse recurso e as estratégias adotadas para garantir uma comunicação eficiente nessas circunstâncias.

Outro aspecto relevante é a avaliação da gestão dos comentários e interações dos usuários durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais. O diretor de Informação pode compartilhar como a empresa lida com essa interação, a moderação dos comentários e o estímulo à participação construtiva do público.

Lopez (2007, *apud* Francisco, 2010, pp.119) afirma que a participação dos usuários nos media deve ser identificada em suas diversas formas, que implicam diferentes níveis de intervenção nos processos de produção de informação. Ainda, para o autor, a “gestão de todos eles deve recair sempre na figura do jornalista, que, como mediador e intérprete profissional do que acontece, tem que cumprir o objectivo prioritário da informação: que seja a verdade e estar ao serviço da sociedade”

A transmissão de telejornal ao vivo pelas redes sociais pode proporcionar um aumento significativo no engajamento e participação dos usuários na produção de notícias. Nesse sentido, é importante explorar como a TV Miramar está aproveitando essa oportunidade e quais são os benefícios e desafios associados a essa maior interação com o público.

Com base nos resultados do questionário aplicado aos ouvintes da TV Miramar, é possível traçar algumas discussões relevantes sobre a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais. A partir dos dados coletados, observa-se que uma parcela significativa dos entrevistados (32,7%) assiste a transmissão de notícias ao vivo pela TV Miramar pelas redes sociais várias vezes, enquanto a mesma porcentagem (32,7%) assiste raramente. Esses números indicam que as transmissões ao vivo pela TV Miramar nas redes sociais têm uma audiência engajada, porém também há uma parcela considerável que não acompanha com frequência.

Quanto à preferência dos usuários das redes sociais da TV Miramar, constata-se que a maioria (87,3%) opta por acompanhar as notícias principalmente no Facebook, seguido pelo YouTube (10,9%) e Instagram (3%). Essa preferência pela plataforma do Facebook pode indicar que os espectadores estão mais familiarizados com essa mídia social e encontram facilidade em acessar as transmissões ao vivo por meio dela.

*Streaming* é uma forma de transmissão de som e imagem através de uma rede qualquer de computadores. Ele foi criado para não ser necessário efetuar *downloads* de arquivos para consumir áudio e vídeo no computador (Netshow, 2017 *apud* Neto, Monteiro e Filho 2020).

Em relação à opinião dos entrevistados sobre a transmissão de notícias ao vivo pela TV Miramar nas redes sociais, verifica-se que uma parcela considerável (45%) acredita que é excelente, enquanto 29,1% consideram que é muito boa e 25% a consideram razoável. Esses resultados demonstram uma percepção geralmente positiva em relação à qualidade das transmissões ao vivo da TV Miramar nas redes sociais.

Quando questionados sobre a acessibilidade das transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar em comparação com as transmissões tradicionais da TV aberta, a maioria (54,7%) concorda que são mais acessíveis, enquanto 45,3% discordam dessa afirmação. Esses resultados sugerem que as transmissões nas redes sociais podem alcançar um público mais amplo e diversificado em comparação com a TV aberta.

De acordo com Neto, Monteiro e Filho (2020) Serviços de ‘streaming’ (on demand) apresenta um empecilho que é a dificuldade dos usuários para terem uma boa qualidade e estabilidade nas conexões na rede de dados de computadores ou dispositivos eletrônicos móveis (tablets, smartphones e ipad). Por meio deles, clientes cada vez mais meticolosos e com altas expectativas, querem serviços rápidos, bem feitos e personalizados.

Em relação à informatividade das transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais da TV Miramar em comparação com as transmissões tradicionais na TV aberta, a maioria dos entrevistados (61,5%) acredita que são mais informativas, enquanto 38,5% pensam o contrário. Esses resultados apontam para a percepção de que as transmissões nas redes sociais podem fornecer conteúdos informativos mais relevantes e atualizados.

De acordo Espinho (2015) com uma das funções possíveis que as redes sociais podem desempenhar no jornalismo é o de serem prováveis fontes de informação para trabalhos noticiosos. Para além desse aspeto, as redes sociais também têm a competência de gerar debate sobre determinado tipo de informação.

No que diz respeito à interação durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais, observa-se que a maioria dos usuários (69,8%) costuma interagir, enquanto 30,2% apenas comentam. Isso indica um engajamento significativo por parte do público, que aproveita a oportunidade de interagir durante as transmissões ao vivo.

A interação mais comum durante as transmissões de notícias ao vivo nas redes sociais da TV Miramar é por meio de reações (48,5%), seguido por comentários (30,3%) e compartilhamentos (21,2%). Esses dados revelam que os espectadores têm diferentes formas de interagir e expressar seu engajamento durante as transmissões.

### **5.1. Nota final**

Com base nas evidências e análises apresentadas ao longo do estudo sobre os impactos da transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais, podemos concluir que essa forma de transmissão tem se mostrado significativa e influente na forma como as pessoas consomem informações. Os resultados indicam que a transmissão de notícias ao vivo pela TV Miramar pelas redes sociais tem um público engajado e que valoriza essa forma de acesso às informações.

Uma das principais implicações desse estudo é que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais permite uma maior acessibilidade e alcance, tornando-se uma opção viável e atractiva para os usuários em comparação às transmissões tradicionais pela TV aberta. Além disso, a interação dos usuários durante as transmissões demonstra um aumento no envolvimento do público na produção de conteúdo informativo.

Contribuições importantes desse estudo estão relacionadas ao entendimento dos padrões de consumo de notícias nas redes sociais, bem como ao reconhecimento da importância da interação e participação dos usuários nesse contexto. Essas informações podem ser úteis para a TV Miramar e outras organizações de mídia que desejam explorar e otimizar suas estratégias de transmissão de notícias pelas redes sociais.

Recomenda-se que pesquisas futuras explorem mais a fundo os aspectos específicos da interação dos usuários durante as transmissões de notícias ao vivo pelas redes sociais, bem como a influência dessas transmissões na percepção e compreensão dos assuntos abordados. Além disso, é importante investigar os desafios e oportunidades enfrentados pelas organizações de mídia nesse contexto, visando aprimorar as práticas e estratégias de transmissão de notícias pelas redes sociais.

## **REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA**

Balle, Francis. (2003), *Os Media*. Tradução de Graziela Fradinho. Porto: Editores, S.A.

\_\_\_\_\_. *Os Media*. 1a ed, Porto: Campo das Letras.

Burgess, j., &Green, J. (2009). YouTube: vídeo online e cultura participativa. Imprensa Política.

Boyd, D., &Ellison, N. (2007). Sites de redes sociais: definição, história e bolsa de estudos. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Bakardjieva, M., & Gaden, G. (2012). YouTube, Twitter e Flickr como plataformas de jornalismo alternativo: o relato da mídia social sobre a agitação tibetana de 2008. *Journalism Practice*, 6(2), 142-157.

Boyd, D. (2014). *É complicado: a vida social dos adolescentes conectados*. Editora da Universidade de Yale

Boczkowski Pablo J. (2005). Livro: "Digitizing the News: Innovation in Online Newspapers". MIT Press.(p. 132)

Castells, M. (2010). *O poder da identidade: A era da informação: Economia, sociedade e cultura (Vol. 2)*. John Wiley & Filhos.

Dijk Van, J. (2013). *A cultura da conectividade: uma história crítica das mídias sociais*. Imprensa da Universidade de Oxford.

De Souza. José Jullian Gomes.(2021). *A memória do telejornalismo: transformações tecnológicas e culturais do arquivamento, acesso e uso do arquivo de imagem na internet*,.

De Araújo, Luana Leite Pereira. (2012). *RIOS Riverson. A Popularização das Redes Sociais e o Fenômeno da Orkutização*, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

Espinho, Marlyne Eva Pais. (2015). *As redes sociais como fontes de informação no jornalismo regional* Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em Jornalismo (2º ciclo de estudos),.

Francisco, Kárita Cristina. (2010). *O jornalismo e as redes sociais: participação, inovação ou repetição de modelos tradicionais?*

Ferrari, Pollyana. (2004). *Jornalismo Digital*. 2ª edição. São Paulo: Contexto.

Filho, Ciro Marcondes (2009). *Dicionário de comunicação*. 2ª Edição. São Paulo: Paulus.

Hermida, Alfred (2010). Artigo: "From TV to Twitter: How Ambient News Became Ambient Journalism". *New Media & Society*, 12(5), 752-768

Sales, Tatiana Cury. (2010) *consumo de notícias na internet: análise de plataformas online na dinâmica de acesso do leitor ao conteúdo de jornalismo rio de janeiro*

Gillmor, Dan. *Nós, os media*. Lisboa: Presença, 2005.

- Gontijo, Silvana. (2004) .*O livro de ouro da comunicação*. São Paulo: Ediouro,.
- Gray, J., Sandvoss, C., &Harrington, CL (Eds.). (2007). *Fandom: identidades e comunidades em um mundo mediado*. Imprensa da NYU.
- Jenkins, H. (2006). *Cultura da convergência: onde a velha e a nova mídia colidem*. Imprensa da NYU.
- Lotz, AD (2017). *Portais: um tratado sobre televisão distribuída pela internet*. Imprensa da Universidade de Michigan.
- Marconi, M. A. e Lakatos, E. M.. (2003). *Fundamentos de metodologia científica*. 5. ed. São Paulo, Atlas,.
- Miguel, J. (2013). *Economia política da televisão moçambicana*. Maputo, CEC,
- Miguel, João e Amaral, Leonor.(2012).“Balanço Geral: quando a ética e informação não estão de mãos dadas” in, *Revista Comunicação e Sociedade. Comunicação Social e Desenvolvimento em Moçambique*, Maputo, 2ª edição Centro de Estudos Interdisciplinares da Comunicação..
- Newman Nic et al. (2020, p.18). Relatório: "Reuters Institute Digital News Report 2020". Reuters Institute for the Study of journalism.
- neto, g. alves da silva; monteiro mussa & filho, heriberto moutinho silva streaming: transmissão de vídeo e áudio via rede de dados de computadores e dispositivos móveis. 2020
- Papacharissi Zizi (2014). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*.
- Perreira, Ana Maria de Sousa. (2014)“telejornalismo, interação e redes sociais. convergencia na tv cabo branco e tv paraiba”.
- Romi, Fátima Auxiliadora Bezerra Lima. (2013), *Análise das redes sociais informais com foco no crescimento profissional das pessoas: um estudo de caso*.
- Shirky, C. (2010). *Excedente cognitivo: criatividade e generosidade em uma era conectada*. Pinguim.
- Zenha, Luciana.(2018) , *Redes sociais online: o que são as redes sociais e como se organizam?* .

## **Anexos**

Inquérito online dirigido aos usuários das redes sociais.

<https://forms.gle/6Tvo3TtD9u2KU5Th8>

## **Questionário**

**GUIÃO DE ENTREVISTA DIRECCIONADO AO DIRECTOR DA INFORMAÇÃO  
DA TV MIRAMAR ORELVO LAPUCHEQUE**

**Guião de Entrevista**

**Prezado Director de Informação**

Esta entrevista é parte integrante da dissertação intitulada “ **TRANSMISSÃO *STREAMING*  
DE NOTÍCIAS PELAS REDES SOCIAIS: UM EXEMPLO DE CASO DA TV  
MIRAMAR**”

Esclareço que as respostas a esta entrevista serão fundamentais para análise e conclusões referentes ao tema desta dissertação, motivo pelo qual, solicito, com todo o respeito o vosso empenho em respondê-lo.

Agradecendo antecipadamente a atenção que possam dispensar-me.

Melhores cumprimentos

Perfil do Entrevistado

**1. Nome:** (opcional) \_\_\_\_\_

**2. Sexo:**

a) Masculino \_\_\_\_\_

b) Feminino \_\_\_\_\_

3. Como você avalia a qualidade das transmissões de notícias ao vivo feitas pela TV Miramar pelas redes sociais?
4. Qual é a sua opinião sobre a interação dos usuários durante as
5. Você acredita que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais está mudando a forma como as notícias são produzidas e consumidas?
6. Você acredita que a TV Miramar está aproveitando todo o potencial das redes sociais na transmissão de notícias ao vivo?
7. Qual é o seu nível de engajamento com as transmissões ao vivo de notícias da TV Miramar pelas redes sociais?

8. Você acha que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais pode ser uma ameaça para a televisão tradicional?
9. Você acredita que as redes sociais podem ser uma ferramenta útil para a transmissão de notícias em tempo real em situações de crise ou emergência?
10. Como você avalia a gestão dos comentários e interações dos usuários durante as transmissões de notícias ao vivo da TV Miramar pelas redes sociais?
11. Você acredita que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais pode aumentar o engajamento e a participação dos usuários na produção de notícias?
12. Você acha que a transmissão de notícias ao vivo pelas redes sociais pode mudar o papel dos jornalistas e produtores de conteúdo na produção de notícias?