

**Anais do 6º Interprogramas de Mestrado
da Faculdade Cásper Líbero
(São Paulo, SP, 5 e 6 de novembro de 2010)
ISSN: 2176-4476**

Texto original como enviado pelo/a autor/a

**INTEGRAÇÃO ENTRE TV E REDES SOCIAIS ONLINE:
práticas conversacionais e a cobertura televisiva no Twitter.**

Érica Eloize Peroni Ferreira¹

Resumo

O objetivo deste artigo é verificar as relações estabelecidas entre a mídia tradicional e as novas mídias a partir da proposta de interatividade e participação dos telespectadores. Analisamos aqui a integração entre televisão e redes sociais online, tomando como objeto as conversações realizadas entre colaboradores e internautas no Twitter durante a cobertura do programa *Roda Viva* para investigar a conformação de práticas conversacionais e inferência crítica produzidas na rede social a partir do conteúdo televisivo.

Palavras-chave: convergência; interatividade; práticas conversacionais; resposta social.

1. Introdução

Diante do advento das novas mídias e o avanço das tecnologias de informação e comunicação, percebemos que há um intuito da mídia tradicional em buscar aproximações com as novas mídias, visando torná-la mais interativa. O esclarecimento inerente à abordagem de integração tem início através do percurso histórico da televisão, que relaciona a importância da transição dos paradigmas televisivos na constituição dos

¹ Mestranda em Comunicação Social vinculada à linha *Processos Comunicativos e Práticas Sociais* na UFMG. E-mail: ericaperoni@ufmg.br

processos de interatividade com o telespectador, principalmente no período atual denominado *pós-televisão*. Considerando o uso de dispositivos tecnológicos presentes nas modalidades interativas com o telespectador, analisamos a integração entre televisão e redes sociais online a partir das interações conversacionais realizadas entre colaboradores no programa *Roda Viva* e usuários no Twitter. Para além da integração intermídias, a perspectiva investigativa se detém nos processos de interatividade e na apreensão da lógica conversacional no Twitter, abrangendo as suas configurações, usos e limitações inerentes à estrutura da ferramenta, bem como as possibilidades conversacionais presentes na cultura participativa².

As novas mídias confrontando os velhos paradigmas

A televisão atual vivencia um período de transformações tecnológicas que registram um novo processo de transição. Desde a sua constituição no Brasil, em 1950, a televisão sofreu transformações que implicaram a transição entre a TV clássica e a TV moderna. A década de 80 destaca-se como um período de importante demarcação para essa transição: de *paleotelevisão* para *neotelevisão* (Eco, 1984). Para Caseti e Odin (1990), a neotelevisão rompeu com o modelo pedagógico da *paleotelevisão* ao proporcionar interatividade ao telespectador através de perguntas diretas, que, por sua vez, abriram o diálogo com o telespectador através da participação.

A característica mais preponderante da mídia televisiva é o seu caráter doméstico. Na paleotelevisão, a televisão ocupa seu lugar na sala, tornando-se o objeto central para a integração da família. Com a transição para *neotelevisão*, essa perspectiva se altera e a televisão passa a ocupar outros ambientes da casa, como: a sala mais íntima, o quarto ou até mesmo a cozinha. Esse deslocamento espacial atribuiu o caráter de individualização à televisão e a consequente fragmentação do ambiente familiar. Essa individualização é reforçada com o surgimento dos adventos tecnológicos como o videocassete, o *walkman*, as câmeras filmadoras portáteis e o videogame, que demarcam o início da personalização

² É a participação moldada por protocolos culturais e sociais, mais ilimitada e menos controlada pelos produtores de mídia. JENKINS (2008:190).

e da segmentação através da possibilidade de gravar programas televisivos para assisti-los em outros horários (Alzamora, 2004).

A *neotelevisão* também é demarcada pela interatividade e o rompimento do fluxo televisivo (Williams, 1997) através do “*zapping*”, ação que permite ao telespectador transitar e selecionar o que deseja assistir, conferindo-lhe uma relação autônoma e individualizada com o dispositivo. Além disso, as transmissões via satélite e a diversificação dos canais pagos também fortaleceram o processo de individualização e segmentação da informação. Aos poucos, o conceito de “massa” foi substituído pela “sociedade segmentada”, resultantes dessas tecnologias que agregaram novos valores e mudaram o cenário histórico daquela geração. Outras características marcantes da neotelevisão é sua autoreferencialidade, o estabelecimento de contato direcionado ao telespectador através da interatividade e a confluência de gêneros, que diluem a dicotomia entre ficção e realidade – fortemente demarcadas na paleotelevisão – tornando as diferenças entre informação e espetáculo cada vez mais tênues.

Já no advento de convergência midiática, o novo período de transição permite o deslocamento da televisão para os dispositivos móveis – computador ou celular – atribuindo-lhe características ainda mais individualizadas. Para Pavilik (2007:24) “a tecnologia digital e a convergência da televisão e da internet provocaram uma transformação radical na maneira como a televisão é fornecida”, alterando-se os modos de transmissão digital de sinais e os locais de recepção, atualmente assistidas em telefones móveis ou computadores portáteis. Amparados pelas novas tecnologias de transmissão via *streaming*³ ou pelo IPTV⁴, as tecnologias digitais possibilitam o armazenamento do conteúdo, tornando-se cada vez mais assimiláveis por seus usuários. As novas possibilidades tecnológicas modificaram as formas de produção, transformando o conceito de produção, transmissão e consumo de um novo modo de fazer televisão, proporcionando ao telespectador novas experiências televisivas, ainda emergentes.

³ *Streaming* é uma forma de distribuir informação multimídia numa rede através de pacotes via Internet.

⁴ *Internet Protocol Television* – IPTV - é uma tecnologia para entrega de serviços de televisão digital e outras mídias por meio de uma conexão banda larga.

Desta forma, a terceira fase – denominada *pós-televisão* – constitui a continuidade do processo de identificação iniciado pela neotelevisão. Com os novos adventos tecnológicos, a sociedade é reorientada e reorganizada de acordo com os usos e os múltiplos recursos tecnológicos que imprimem a nova dinâmica da vida social (França, 2009). O enfrentamento dado ao novo período converge a televisão para um estreito diálogo com a Internet e a comunicação digital. Mais do que pensar em concorrência, declínio ou fins apocalípticos para os meios, o desafio consiste em promover adaptações aos novos recursos e na construção de novos espaços que tendam a promover mais diálogo e proximidade com os telespectadores.

2. Integração e interações sobre conteúdos televisivos no Twitter.

O Twitter está se tornando a mídia social mais popular no Brasil, com mais de 55%⁵ do tráfego de internautas e estimativa de 145 milhões⁶ de usuários no mundo inteiro. Embora os números sejam significativos, a rede social não é a mais popular; perde para o Facebook, com números que já ultrapassam 500 milhões de usuários. Apesar da emergência, o Twitter se transformou num grande painel global de percepções instantâneas; suas principais funcionalidades são a comunicação trivial, a cobertura de acontecimentos e a reverberação de notícias. Os grupos corporativos e empresas de mídia têm contribuído para a sua popularização, utilizando ações de *marketing* que visam aproximá-los do seu público. Por isso, uma das práticas mais difundidas pelas empresas é a promoção e o sorteio: o usuário concorre ao retuitar⁷ a postagem daquela promoção para os seus seguidores. Exponente de sucesso para as mídias sociais, Comm e Burge (2009) atribuem que a receita de sucesso do Twitter está na criação de conteúdos interessantes por seus usuários.

⁵ Dados divulgados pelo StatCounter. Disponível em: < http://gs.statcounter.com/#social_media-BR-monthly-200904-201004>

⁶ Disponível em < <http://veja.abril.com.br/blog/vida-em-rede/twitter/twitter-145-milhoes-de-usuarios-no-mundo/>>. Acessado em 04 set 2010

⁷ Retuitar ou RT é a função de retransmitir uma mensagem postada por outro usuário.

No mesmo ensejo, diversos programas televisivos já utilizam a ferramenta como canal de interatividade com o telespectador, empregando-lhe atribuições que variam com o perfil de cada programação. Os programas televisivos como *Fantástico*, *Caldeirão do Huck*, *Pânico na TV* e *Descarga MTV* propõem diferentes interatividades com as redes sociais online. Por exemplo, durante a décima edição do *Big Brother Brasil*, era possível acompanhar pelo Twitter os acontecimentos na casa. Os integrantes do *BBB10* também possuíam perfis criados pela produção do programa e, eventualmente, atualizavam suas postagens com apelos de votação ao público. De forma inovadora, a produção da atual telenovela *Passione* criou um perfil no Twitter das personagens Clara Medeiros e Fred Lobato para interagir com os telespectadores e trazer informações sobre a trama.

É importante ressaltar que essas ferramentas visam ampliar a participação dos telespectadores, mas a integração intermédias tende a funcionar como uma via de mão dupla. Existe um esforço do pólo de produção para que o espectador interaja com a programação pela Internet; mas o movimento poderá ocorrer de forma inversa, justamente quando as interações na rede social também são capazes de remeter o usuário para a televisão. O movimento inverso é relatado por Primo (2010):

Confesso que várias vezes já liguei a TV para assistir ao programa que estava sendo comentado por outros twiteiros. E, logo depois, já estava escrevendo sobre o que via. Creio que os comentários e tags criadas durante o Big Brother (BBB 10) é um dos principais exemplos nacionais desse tipo de procedimento. Mesmo assim, testemunhamos todos os dias as pessoas discutindo no Twitter a novela, o Fantástico, jogos e até filmes. (Primo, 2010:20)

Para a visualização empírica dessa integração, utilizaremos como estudo de caso a participação de colaboradores no programa *Roda Viva*. No período empreendido entre maio/2008 a agosto/2010, o *Roda Viva* instaurou de forma pioneira uma modalidade interativa com a rede social Twitter: inserir três tuiteiros para cobrir a entrevista diretamente do estúdio. As interações promovidas durante a transmissão cumpriam a função de difundir postagens para que o tema da entrevista fosse discutido entre telespectadores e colaboradores na rede social. Além disso, o telespectador era convidado a

tuitar⁸ de casa, interagindo a partir do que assistiam na televisão. De forma bem peculiar, essa ação de integração prenuncia uma investigação mais detalhada sobre as interações estabelecidas na rede social Twitter, na perspectiva de identificar e analisar os recortes conversacionais estabelecidos durante a cobertura.

3. Explorando a lógica conversacional no Twitter.

A rede social Twitter surgiu com a proposta de ser uma rede interconectada para a troca de mensagens curtas, com a finalidade de manter o usuário informado sobre o que seus amigos estariam fazendo. Os novos usos e agregações transformaram a rede social em uma poderosa ferramenta de aferição de notícias, graças às propriedades estruturais e funcionais que permitem velocidade, mobilidade, difusão e alcance. O Twitter hoje é considerado a plataforma do falatório, da polifonia, da fofoca digital ou “vuvuzela da Internet”, onde cada usuário tem a liberdade de expressar suas opiniões. Essas novas configurações constituíram um novo espaço social de expressão social que reúne indivíduos, empresas e celebridades em prol da exposição, do entretenimento e da demanda comercial.

O Twitter também é um espaço para promover mobilizações e diferentes interações entre os seus usuários. As interações sociais têm como base os valores relacionais; envolve trocas e compartilhamento de sentidos – expressos através da linguagem – e inscritos à ordem comunicacional. Para Marcuschi (1991:14) “a conversação é a primeira das formas de linguagem a que estamos expostos e provavelmente a única da qual nunca abdicamos pela vida afora”. A importância das conversações no cotidiano social é o potencial de sociabilidade que ela congrega para as interações sociais. Orientadas por condições espaciais, temporais e situacionais, é na sociabilidade das conversas que se desenvolvem formas específicas de convívio social, sendo essenciais para a compreensão dessa

⁸ Tuitar (ou twittar) é a expressão que significa a ação de postar frases de 140 caracteres no microblog.

importante unidade compositora dos laços sociais⁹. O hábito de conversar está entre as atividades mais rotineiras presentes na vida social, sendo a ação específica que implica a percepção e a interpretação daquilo que o outro está dizendo (Recuero, 2009).

Para explorar as potencialidades conversacionais no Twitter, é necessário rever as bases da CMC¹⁰ (Herring, 1999). Segundo a autora, por não possuir um padrão de regularidade abrangente, cada ferramenta possui variações de acordo com a tecnologia empregada. Dois fatores são essenciais para definir o padrão conversacional: as restrições tecnológicas inerentes à ferramenta e a estrutura textual – presentes na maioria das ferramentas CMC – que estabelece as relações de ordem linguísticas e culturais. “O modo de uso de cada tecnologia está relacionado com a apropriação dos elementos técnicos disponíveis nos sistemas. Assim, parte do tipo de apropriação conversacional seria cultural e parte, derivada das possibilidades técnicas” (Recuero, 2009:21).

Com base nos dois fatores apresentados, as conversações no Twitter são construídas sobre as bases de um operador estrutural (textual) delimitada pelo uso de apenas 140 caracteres. A apresentação da estrutura conversacional está condicionada à materialidade visual da mensagem, incluindo os aspectos de apresentação e os recursos funcionais para a disseminação e troca de mensagens na rede. Na apresentação gráfica da ferramenta, uma conversação (1) é indicada pelo marcador conversacional¹¹ – um direcionador expresso pelo símbolo “@” – junto ao nome do destinatário. O “@” no Twitter é o mecanismo de menção e sua utilização promove as interações entre os atores, sendo o principal indicador de uma conversação. No entanto, a concretude da troca conversacional é descrita no *update status* (2), que sinaliza a utilização do recurso *reply* juntamente com os marcadores temporais nas atualizações, que trazem informações como data, hora e dispositivo utilizado pelo emissor da mensagem.

⁹ O laço social é a efetiva conexão entre os envolvidos nas interações. Os laços relacionais são constituídos através das relações sociais e os laços de associação são necessários apenas o pertencimento a um determinado local, grupo ou instituição (Recuero, 2009).

¹⁰ CMC é um acrônimo do termo comunicação mediada por computador.

¹¹ Para Marcuschi (1991) os marcadores conversacionais são específicos e possuem funções conversacionais e sintáticas de três tipos: verbais, não-verbais e supra-segmentais.

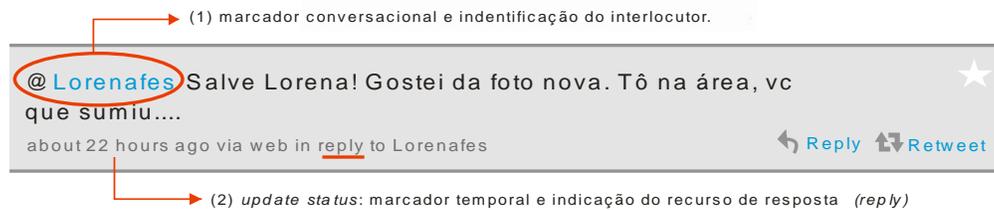


Figura 1: Apresentação estrutural de uma postagem no Twitter.

Nessa estrutura conversacional, apreender os turnos de fala é uma tarefa bastante complexa. Os turnos são compreendidos entre os momentos de fala de cada ator na sequência da conversação (Marcuschi, 1991). As trocas conversacionais no Twitter aparecem interseccionadas entre as atualizações na *timeline*, em espaços alternados no perfil individual de cada ator que compõe o *par conversacional*. A recuperação das *sequências conversacionais* realizadas no Twitter foram coletadas através das postagens emitidas na *public timeline* de cada ator e armazenadas em arquivos de documento que compõe a base de dados. O marcador *update status* contém *links* que direcionam tanto a postagem de origem quanto o *reply*, sendo o recurso que possibilita a recuperação das trocas conversacionais. Para efetuar a busca dessas conversações, é necessário localizá-los individualmente nas postagens de cada ator para, em seguida, estruturá-los devidamente na ordem das ocorrências. A dificuldade está exatamente na junção dos turnos: ainda que eles estejam integrados em uma única plataforma, a ocorrência das conversações não se dispõe na mesma página, como na estrutura dos *blogs*; somente o próprio ator poderá visualizar as interlocuções dispostas no perfil, através do seu acesso pessoal.

No intuito de explorar o potencial conversacional no Twitter, as observações elencadas a seguir foram coletadas durante a cobertura por colaboradores no programa *Roda Viva*. Para o estudo de caso, utilizaremos as informações transmitidas no programa de 19 de abril de 2010, cujo entrevistado foi o médico António Coutinho, diretor do Instituto Gulbenkian de Ciências de Lisboa. A pauta da entrevista foi o *Câncer: consequências e possibilidades de tratamento*. Os dados foram obtidos de forma exploratória através da observação não-participante. A proposta metodológica da Análise da Conversação (AC) foi aplicada às postagens *conversacionais* emitidas por cada tuiteiro colaborador.

TABELA 1 – Dados das Postagens

Colaboradores	T1	T2	T3	Total
Nº total de comentários:	70	27	105	202
Nº de <i>retweets</i> :	7	4	17	28
Nº de pares conversacionais:	11	2	2	15
Nº de <i>tags</i> #rodaviva	35	19	90	144
Nº de menções	32	6	30	68
Nº de <i>hiperlinks</i>	7	2	16	25
Nº de conversações	18	2	2	22

O princípio básico da AC é verificar a estrutura das conversações e os mecanismos organizadores que incluem a funcionalidade, os padrões e regularidades e o engajamento das conversações (Marcuschi, 1991). A sua aplicação reside em identificar as formas padronizadas e apreender as organizações estruturais utilizadas na atividade comunicativa. Durante o processo de comunicação verbal (Bakhtin, 2003), as relações estabelecidas entre o enunciado e as réplicas do diálogo se efetuam por intermédio de variantes que são: pergunta-resposta (P-R), asserção-objeção (A-O), afirmação-consentimento (A-C), oferecimento-aceitação (O-A), ordem-execução (O-E). Utilizaremos essas variantes como instrumento de compreensão para o contexto das conversações, e a partir delas, obter indícios mais precisos que ajudem a inferir a natureza contextual inscrita nas conversações. Os resultados apurados através do levantamento quantitativo apontam alguns padrões conversacionais presentes durante a cobertura do programa. As 22 postagens classificadas *conversacionais* geradas pelos colaboradores se desdobram em 16 tópicos: 11 tópicos Colaborador @T1; 2 tópicos Colaborador @T2 e 2 tópicos Colaborador @T3.

Submetidos à AC, os tópicos dos colaboradores T2 e T3 mantiveram o padrão de dois pares conversacionais, caracterizadas por diálogos curtos¹², considerando efetivação de uma troca conversacional entre eles. Das quatro conversações reunidas por T1 e T2, três delas se enquadram na variante A-O. Apesar da objeção presente na resposta, a conversação exemplificada a seguir é marcada por um contexto irônico e descontraído.

T2: @T3 To colando do herodoto não! (hihihi) 11:14 PM Apr 19th via Netvibes in reply to T3

T3: O @T2 tá de olho nas fichas do Heródoto. #rodaviva 11:12 PM Apr 19th via Twitscoop in reply to T2

T2: Proximo bloco se falara de Genoma do cancer. Leia rapidinho aqui e nao passe vergonha: <http://scienceblogs.com.br/rnam/> #rodaviva 11:11 PM Apr 19th via Netvibes

Já as análises conversacionais do colaborador @T1 são constituídas por nove diálogos curtos e a predominância da variante P-R. Os demais tópicos – dois tópicos com oito turnos e um tópico com 13 turnos – se diferem dos diálogos curtos tanto em extensão quanto na inclusão de outros interlocutores na conversação. No exemplo a seguir, a tomada de turno é iniciada pela variante P-R e durante o sequenciamento, a variante é alterada para o padrão A-O. Veja:

T1: @Int2 ficar no Hawaii dispensa motivos, trabalho, extra-trabalho... 11:02 PM Apr 19th via TweetDeck in reply to Int2

Int2: @Int1 é possível fazer pesquisa de alta qualidade no país mas é preciso formar um time bom, o q é difícil 10:59 PM Apr 19th via web in reply to Int1

Int2: @Int1 @T1 E fica-se fora do Brasil por motivos extra-trabalho também ;) 10:59 PM Apr 19th via web in reply to Int1

Int2: @Int1 Vale lembrar q CNPq e Capes exigem contratualmente a volta ao Brasil, caso queiram financiamento deles. 10:59 PM Apr 19th via web

Int1: @T1 volta-se ao Brasil por motivos extra-trabalho. 10:57 PM Apr 19th via web

T1: @Int1 e qual a perspectiva de manter o nível de pesquisa/publicações aqui? 10:57 PM Apr 19th via TweetDeck in reply to Int1

Int1: @T1 a % de doutorandos q voltam ao Brasil é altíssima... posdocs nem tanto 10:56 PM Apr 19th via web in reply to T1

¹² Os diálogos curtos são as conversações constituídas por dois turnos ou três turnos.

T1: aliás, @Int1, qual o incentivo pra voltar pra cá? Num dá um desânimo?
10:55 PM Apr 19th via TweetDeck

A inclusão de novos atores apresentou diferentes pontos de vista, sendo indispensável para o prolongamento da conversação e a alternância na variante do diálogo. A participação pontuada por aspectos de inferência e ação crítica condiz com a definição de Braga (2006) para o *sistema de interações sociais sobre a mídia ou resposta social*. Na visão do autor, a sociedade é capaz de inferir sobre os conteúdos midiáticos em ações de visibilidade conjunta e auto-organizada, desenvolvendo objetivos e processos que redirecionam o conteúdo da mídia e atribui um novo sentido social. Nessa perspectiva, o Twitter se tornou mais que um canal de interatividade: é um espaço em que as conversações ganham a dimensão interlocutiva de críticas e posicionamentos, provenientes de uma cultura participativa (Jenkins, 2008). Assim, percebemos a sociedade interagindo cada vez mais sobre os conteúdos midiáticos através das redes sociais, desenvolvendo ações que acabam por redirecionar o papel do receptor, tornando-o cada vez mais ativo, criando nessas ambiências novas formas de socialização e interação entre sujeitos.

4. Considerações Finais

O artigo buscou discutir elementos observados nas interações promovidas no Twitter entre colaboradores e internautas com o intuito de explorar o potencial conversacional durante a cobertura da entrevista do programa *Roda Viva*. A partir de um estudo de campo, foi possível identificar padrões conversacionais específicos à cobertura por intermédio dos turnos, das sequências e dos pares conversacionais. Ao longo do tempo, o contato estabelecido com o telespectador foi integrado à cultura televisiva, preservando esse diálogo através dos canais de interatividade que promovem a participação. Ainda que os dados conversacionais apurados não sejam expressivos numericamente, a importância conversacional é de ordem qualitativa, com bases na dimensão interacional proporcionada pela ferramenta. Os usos e apropriações pelos interagentes são desenvolvidos a partir de formas singulares que se vinculam à dinâmica e ao contexto situacional da entrevista. Nessa perspectiva, os colaboradores ocupavam na cobertura um papel centralizador para as

interações, promovendo ações compartilhadas sobre o conteúdo, possibilitando a produção de conversações e debates capazes de atribuir novos valores e sentidos. O Twitter é uma plataforma que preserva o aspecto colaborativo da informação e revelam conjuntamente os mecanismos de organização dos sujeitos e conferindo a possibilidade de participação mais ativa e autônoma.

Referências Bibliográficas:

- ALZAMORA, Geane. **Da Semiose Midiática à Semiose Hipermidiática**: jornalismos emergentes. In: BRASIL et al. (Orgs.) *Cultura em fluxo – novas mediações em rede*. Belo Horizonte: Editora PUCMinas, 2004.
- BAKHTIN, M. **Estética da criação verbal**. Trad. Maria Ermantina Galvão. 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo, Paulus, 2006.
- CASSETTI, F; ODIN, R. **De La paleo a La neo-television**. Paris: Communications, 51, 1990.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.
- COMM, J. BURGE, K. **O poder do Twitter**: estratégias para dominar seu mercado e atingir seus objetivos com um tweet por vez. Trad.: Leonardo Abramowicz. São Paulo: Editora Gente, 2009.
- ECO, U. *Tevê: a transparência perdida*. **Viagem na irrealidade cotidiana**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- FRANÇA, V. **A televisão porosa traços e tendências**. In: *A TV em transição: tendências de programação no Brasil e no mundo*. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- HERRING, S.C. 1999. **Interactional coherence in CMC**. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(4). Disponível em: <<http://jcmc.indiana.edu/vol4/issue4/herring.html>> acessado em 14 nov. 2009.
- JENKINS, Henry. **A cultura da convergência**. São Paulo, Editora Aleph, 2008.
- MARCUSCHI, L.A. **Análise da Conversação**. São Paulo: Editora Ática, 1991.
- PAVLIK, J. **Televisão na era digital**. Caderno de televisão, 2007.
- PRIMO, Alex. **A TV interativa chegou no Twitter**. [online] Disponível em: <http://www.interney.net/blogs/alexprimo/2010/04/28/a_tv_interativa_chegou_no_twitter_1/> . Acessado em 28 abr. 2010
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

WILLIAMS, R. Programming: distribution and flow. **Television**. Londres: Rouledge, 1994.