

## Imagens, vigilância e a participação da audiência no telejornal<sup>1</sup>

### Images, surveillance and audience participation in TV news

William de Oliveira

Professor do Centro Universitário FAESA. Mestre em Comunicação e Territorialidades. Vitória, Brasil. E-mail: wdeoliveira@gmail.com

Rafael Paes Henriques

Professor do Departamento de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Territorialidades, ambos da UFES. Doutor em Filosofia pela UFRJ, e Pós-Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela UFBA. Vitória, Brasil. E-mail: rafaelpaesh@gmail.com

#### Resumo:

A discussão aqui apresentada faz parte de um estudo mais amplo sobre o uso das imagens de vigilância no telejornal ESTV 1ª Edição da TV Gazeta, afiliada da TV Globo no Espírito Santo. Iremos observar a participação popular no telejornalismo, a partir do compartilhamento das imagens geradas por câmeras de circuito interno e de vigilância, que passam a compor as notícias veiculadas nos programas jornalísticos. Apresentaremos o novo ecossistema de informação, que permite o compartilhamento de conteúdo, proporcionando maior interação do público com as redações. As tecnologias contemporâneas e o espectador também serão apresentados em uma relação na qual contribuem para a divulgação de conteúdo audiovisual nos telejornais.

#### Palavras-chave:

Câmeras de vigilância; Telejornalismo; Participação da audiência; ESTV 1ª Edição; TV Gazeta.

#### Abstract:

The discussion explained here is part of a broader study about the use of surveillance images in the TV news program *ESTV 1st Edition* of TV Gazeta, an affiliate of TV Globo in Espírito Santo. We will observe the popular participation in TV news from on the sharing of images generated by internal circuit and surveillance cameras, which start to join the news broadcast in the journalistic programs. We will also introduce the new information ecosystem that allows the content sharing, providing more interaction between the audience and the newcast. Contemporary technologies and the viewer will also be presented in a relationship that contributes to the propagation of audiovisual content in television news.

#### Keywords:

Surveillance cameras; TV journalism; Audience participation; ESTV 1st Edition; TV Gazeta.

---

<sup>1</sup> Este texto teve uma primeira versão apresentada no GP Telejornalismo e publicada nos Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado em Belém-PA, em 2019.

## 1 Introdução

Na edição de 21 de janeiro de 2019, o *ESTV 1ª Edição* veiculou uma reportagem sobre um menino de três anos que por pouco não se afoga na piscina de um condomínio – fora salvo pelo porteiro. Durante 6'25", a história é contada tendo como base as imagens de videomonitoramento da área de lazer onde o fato aconteceu. Uma repórter entra ao vivo, direto do local e, em seguida, a reportagem reconstitui a ocorrência.

Em entrevista para esta pesquisa, a jornalista e editora de texto do programa, Claudia Gregório, informou que, geralmente, as imagens amadoras chegam ao telejornal pelo aplicativo da emissora, sendo enviadas pelo público, por conhecidos de seus profissionais e até pela polícia. Outra fonte dessas imagens são as redes sociais, como no caso específico do incidente de quase afogamento do menino:

Vimos uma publicação no *Facebook*, fomos atrás da história e chegamos até o síndico, que nos passou as imagens e os contatos. Conseguimos, também, contato com o porteiro, que salvou a criança. Tentamos contato com a família, que preferiu não falar (CLAUDIA GREGÓRIO, 2019).

Esse é um bom exemplo da participação popular na produção da notícia, a partir das imagens de câmeras de segurança. Caso não houvesse esse registro, pelo fato de o menino ter saído ileso, provavelmente não haveria noticiabilidade suficiente para que o caso virasse informação jornalística. O que verificamos aqui é uma ligeira alteração na determinação de acontecimentos de interesse jornalístico, em função da onipresença das imagens no mundo contemporâneo. Pela carência de conteúdos novos ou, em contraponto, pelo excesso de imagens geradas atualmente (MARTINS, 2015), esse fenômeno tem transformado em notícia fatos que, anteriormente, não seriam incluídos entre os de relevância para publicação.

É preciso reconhecer que a participação popular no jornalismo não é exatamente um fenômeno novo. No passado, leitor, telespectador ou ouvinte podia enviar cartas para as redações, telefonar ou ir pessoalmente até os profissionais que nelas trabalhavam, com a finalidade de sugerir pautas, fazer denúncias, contribuir de alguma maneira para a elaboração do material jornalístico.

Mesmo sem o conhecimento técnico e teórico adquirido pelos profissionais de imprensa nas faculdades de jornalismo, o público passa a ser uma opção

para os veículos tradicionais, que, inclusive, investem na capacitação do telespectador como produtor de notícias. Com a inserção do público nesse processo, vista aqui como jornalismo participativo, a dinâmica produtiva, bem como a rotina profissional, ganha rumo diferente (FRAZÃO; BRASIL, 2013, p. 114).

Tais rumos são ancorados pelas tecnologias advindas da informatização, as quais vêm possibilitando maior participação de leigos na difusão de notícias, seja como produtores, utilizando as mídias sociais, seja como colaboradores dos veículos de comunicação, que, atualmente, recebem enorme carga de material vindo do público. Em relação a esse fenômeno, infere-se que

Os vídeos amadores de acontecimentos costumam ser tomados – de maneira ingênua, diga-se logo – pelo senso comum, pelos *media* em geral e, especificamente, pelo jornalismo, como uma nova e esclarecedora categoria de documentos da realidade, um atestado de veracidade, de autenticidade inegável, dado tratar-se de um registro espontâneo, por vezes desinteressado, que se dá na própria duração do fato. Um registro flagrado de dentro, no instante da ação, ao vivo. Mais: o vídeo amador, fruto da disseminação de câmeras, daria visibilidade a fatos indiscutivelmente verdadeiros que outrora permaneciam na escuridão. Neste sentido, essas imagens não só ostentariam estatuto de documento genuíno do real, como teriam uma dimensão reveladora, de desencobrimento de uma verdade anteriormente oculta, pois, não fosse pelos vídeos, os fatos permaneceriam obscuros (POLYDORO, 2012, p. 135).

Se não há nada de inédito na tentativa da audiência de participar ou ao menos interferir na produção da informação, cabe-nos aqui refletir historicamente e apontar o papel que as novas formas de interação entre o público e as emissoras de televisão desempenham nas alterações de todo o processo editorial. Desde a inauguração da televisão e o surgimento do telejornal como produto, há mais de 70 anos, quando a TV era um veículo elitista e assistido por poucos, passando pela sua popularização e total integração ao cotidiano das pessoas no final do século XX, até o aparecimento e consolidação de novas tecnologias de comunicação e de informação, também a partir do final do século XX e início do XXI, vimos surgir, não somente um novo ambiente midiático, mas também, junto com ele, uma nova sociedade.

Nesse sentido, vamos indicar que a produção de notícias para os telejornais durante muito tempo considerou o telespectador como um ser passivo, que apenas recebia e nunca era fonte de conteúdo. É bem verdade que, no mundo analógico, as imagens produzidas por câmeras amadoras podiam ser entregues nas portarias das emissoras e até eram utilizadas eventualmente. Mesmo assim, é preciso assentir que essa dinâmica se alterou e se intensificou profundamente e, hoje em dia, a interação

com a audiência – incluindo a produção e cessão, para a exibição, de imagens que não foram produzidas pela própria emissora – se dá, em muitos casos, até ao vivo durante a exibição do telejornal. Prova disso é a utilização de imagens de trânsito, geradas por câmera de videomonitoramento das cidades.

Há a possibilidade de um ambiente de trocas constantes e aproximações entre os próprios usuários e as empresas de comunicação e seus funcionários. Portanto, o usuário tem a capacidade de opinar e formar laços sociais com outros usuários, além de estabelecer uma relação de mão dupla com os produtores de mídia (SANTOS, 2018, p. 47-48).

Muitos telespectadores passam a ser colaboradores fiéis dos telejornais, enviando, com frequência, conteúdo aos programas. Neste artigo, pretendemos apontar que essa intensa e imediata interação do telespectador, com o telejornal, promoveu a

[...] reconfiguração de processos pelos quais a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia. [...] Há um processo em curso de adaptações, hibridismo e centralidade da tela, combinando interações sociais, tecnologias, ferramentas e linguagens (SANTOS, 2018, p. 47).

Outro ponto que merece atenção neste trabalho é o risco de faltar aprofundamento e tratamento jornalístico adequado nos inúmeros casos em que, atualmente, os telejornais utilizam de imagens de fontes amadoras e das câmeras de vigilância da cidade. O perigo é que o encantamento com o flagrante, com a imagem exclusiva, pitoresca ou inusitada cause algum tipo de descompromisso com a contextualização e a explicação dos acontecimentos, o que prejudicaria uma importante finalidade do jornalismo como instituição (REGINATO, 2016). Não se pode mostrar o flagrante, atendendo ao desejo da audiência, que acredita no sentido de realidade inquestionável apresentada pelas imagens, para, só no próximo VT – quem sabe? –, se pensar no problema que foi exposto, relegado a segundo ou terceiro plano.

Em um contexto assim configurado, é fundamental observar, também, os princípios que norteiam o jornalismo. Nesse sentido, embora o material proveniente dessas fontes carregue consigo uma genuinidade implícita, é imperativo lembrar que a verificação de sua autenticidade e o trato cauteloso com os envolvidos não podem ser abandonados antes da veiculação. Logo, a apuração rigorosa, a ética no tratamento dos fatos e a técnica na produção da notícia devem ser mantidas, para que não haja um

empobrecimento ou descaracterização da atividade jornalística, tão importante à sociedade, à democracia e à fiscalização do poder público (ZANOTTI, 2010).

## 2 Transformações no processo editorial

O processo editorial sempre foi uma via de mão única, todavia a passagem da televisão do analógico para o digital, que promoveu a convergência das mídias, proporcionou a oferta de conteúdos advindos de inúmeras plataformas. Com efeito, os programas de notícias mudaram suas rotinas de produção. Nesse sentido, Finger, Emerim e Cavenaghi (2017) destacam que “o jornalismo também passa por um questionamento importante quanto ao papel que desempenha junto à sociedade que, cada vez mais, é produtora dos seus próprios conteúdos” (p. 125).

Uma nova organização no processo produtivo se constitui nos telejornais, a partir das interações, ressignificando o abismo entre público e a mídia, gerando com isso a “substituição do *gatekeeper* pelo *gatewatching*” (PICCINI, 2021, p. 52).

Em entrevista para este estudo, a jornalista Rafaela Marquezini, que edita e apresenta o *ESTV 1ª Edição* e atua na TV Gazeta há 20 anos, destaca que a primeira providência ao receber uma imagem de videomonitoramento é apurar a origem do material: “o critério básico é: quem é essa fonte? A gente utiliza todos os critérios jornalísticos pra ter certeza de que aquilo ali é verídico” (MARQUEZINI, 2019). A profissional avalia, entretanto, que houve mudança na noticiabilidade, pois o fato tem ganhado peso maior quando vem acompanhado por uma boa imagem: “se sua empresa for invadida e houver imagens para ela, isso, além de ser notícia, poderá abrir o jornal” (Id., *ibid*, 2019).

É o frenesi da produção de imagens, que tem gerado forte ligação entre a emissora e o público: antes passivo, ele passa, agora, à condição de colaborador, constantemente enviando imagens para os telejornais, tanto por meio de câmeras de segurança quanto aquelas geradas por celulares. Atualmente, essas imagens muitas vezes são concebidas como o conteúdo mais autêntico e verdadeiro, como aquilo que sempre se esperou ver nos telejornais. Isso porque os registros realizados por tais dispositivos passam para a audiência a verossimilhança do “ao vivo”, do *real time*, como se não houvesse nenhuma mediação, permitindo a concretização do que seria a

grande busca dos profissionais de imagens: o inusitado, o golpe de sorte da imagem quase que improvável. Fazendo referência à “estética do flagrante” formulada por Bruno (2008), é possível observar que:

[...] as imagens geradas por estes dispositivos costumam ser qualificadas pelas narrativas propostas pelos veículos por verbos como flagrar e capturar, e sempre destacadas como imagens impressionantes. O sentido postulado na ideia de flagrante – ou seja, de uma ruptura à normalidade, de um acontecimento deslocado de seu ambiente esperado, que irrompe da esfera íntima rumo a uma apresentação pública e visível à coletividade – demonstra a consolidação de uma “estética do flagrante”, que aponta a um processo de naturalização da vigilância como modo de olhar e prestar atenção na cultura contemporânea (MARTINS, 2015, p. 34).

No mesmo dia em que foi ao ar a peça do quase afogamento do menino, descrita na introdução deste artigo, um tiroteio no município de Vila Velha, igualmente tornou-se notícia, e ganhou 6’41” de cobertura, além de ter sido exibido na abertura do *ESTV*. Inicialmente, foiveiculada uma nota coberta com imagens feitas por moradores, por meio de celular. A isso seguiu-se uma entrada ao vivo do repórter. Posteriormente, veio uma reportagem com as imagens de celulares que haviam sido enviadas por telespectadores, às quais foram mescladas com imagens de cinegrafistas profissionais. Além disso, áudios, também enviados por colaboradores, substituíram as sonoras<sup>2</sup>.

Com 30 anos de profissão, a jornalista Claudia Gregório reforça o peso das imagens enviadas pelo público na produção do telejornal. Segundo ela, a qualidade desses conteúdos melhorou muito, mas, caso a força noticiosa se destaque, é possível até relativizar o uso de algum material que fuja ao padrão desejado pela emissora. Todavia, a jornalista reforça que, no uso desse material, sempre são observados os valores-notícia e os princípios éticos, esclarecendo que, “independente[mente] da origem da imagem, sefor notícia e atender aos critérios de notícia, nós publicamos” (GREGÓRIO, 2019).

O cidadão sempre foi participante dos telejornais, seja como fonte, seja como a própria razão do fato noticiado. Como fontes, são os telespectadores que alimentam os programas jornalísticos: além de terem suas informações transcritas nos textos redigidos pelos repórteres, emprestam suas imagens e vozes, que são convertidas em

---

<sup>2</sup> Termo para designar os depoimentos exibidos em uma entrevista (PATERNOSTRO, 1999).

sonoras e passam a sustentar a narrativa das reportagens. Por que não essas mesmas fontes, agora na condição de colaboradores efetivos, “emprestarem” também seus olhares, cedendo às emissoras imagens produzidas por elas? Isso não quer dizer que o colaborador faça parte do time que produz o telejornal, pois serão os profissionais que definirão o formato no qual o conteúdo colaborativo irá ser exibido, assim como já faziam quando utilizam – e editam – as entrevistas e depoimentos.

[...] toda vez que um telejornal se utiliza de imagens amadoras, ao fazê-lo sublinha que o que se exhibe constitui-se de imagens cedidas. Muito mais que terceirizar os critérios de autoria (o que aparentemente surge como um cuidado ético), a instância jornalística se exime automaticamente de qualquer responsabilidade sobre os conteúdos exibidos, exportando o ônus da prova ao eventual cinegrafista amador que efetivamente captou o vídeo e concedeu-o ao telejornal (ANDRADE, 2018, p. 78).

Com relação ao jornalismo amador, é importante destacar que as contribuições hoje permitidas dão voz a um público e delineiam um novo modelo de sociedade: antes apenas vigiada, ela passa, agora, a ganhar visibilidade. Nessa direção, “a docilidade dos corpos cedeu lugar à ação das vozes que se reverberam potencialmente na produção e circulação de produtos pretensamente noticiosos” (ANDRADE, 2018, p. 76).

No caso específico dos vídeos produzidos por câmeras de vigilância, objeto deste estudo, há uma enxurrada de material sendo criada a partir do cotidiano das cidades, expondo dramas e intimidades, em um *voyeurismo* desenfreado. Sentir-se parte ativa na produção de vídeos, que são compartilhados e até “viralizam”, satisfaz os desejos de parte da sociedade, já que esse, antes, era papel exclusivo das empresas de mídia.

O deslocamento do lugar de mero espectador para produtor de conteúdo audiovisual noticioso faz com que os cidadãos colaboradores cobrem que suas contribuições sejam publicadas, questionem o porquê da não veiculação, e peçam orientação sobre a melhor maneira de produzir. Assumem, portanto, a posição de coprodutores. Em entrevista para este estudo, o jornalista Bruno Dalvi revelou que, a cada dia, mais telespectadores pedem suas participações nos telejornais da TV Gazeta. Na sua avaliação, “a demanda cresce de tal maneira, que seria necessário criar um núcleo para receber toda a contribuição, proveniente dos mais diversos lugares do Estado do Espírito Santo” (DALVI, 2019).

Para garantir a sobrevivência do formato, o telejornalismo precisou adotar novas estratégias, como a busca por um diferencial na divulgação dos fatos. A colaboração pública e a abertura para recepção de imagens, por meio das diversas tecnologias existentes, adicionalmente, têm se mostrado uma saída para a manutenção dos programas de jornalismo nas televisões aberta e fechada.

[...] o cenário de avanços tecnológicos e de sua forma de apropriação pelos cidadãos tem sido acompanhado também por mudanças nas formas de sociabilidade e interação entre os indivíduos e, especialmente, entre esses e as mídias. Essas alterações são percebidas também no fluxo televisivo e nas relações tecidas entre ele e o público (COUTINHO, 2012, p. 23).

Interação provavelmente seja a palavra de ordem. A partir do crescimento e consolidação da participação do público na produção dos programas, é possível que uma nova maneira de assistir a telejornais esteja sendo forjada. Graças aos recursos tecnológicos disponíveis na contemporaneidade, a audiência dispõe de conteúdos extras, oferecidos fora dos horários habituais dos programas da TV aberta. Portanto, cai por terra a antiga limitação e necessidade de se submeter à rígida grade de programação para assistir aos conteúdos.

Hoje, qualquer notícia pode ser acessada por um celular ao mesmo tempo em que foi postada em dado portal. A difusão de informação ocorre via mecanismos de compartilhamento para as redes sociais. De sua parte, entretanto, os telejornais, ao noticiarem determinado acontecimento, o fazem com um distanciamento temporal em relação não apenas ao momento de ocorrência do fato, mas, também, em muitos casos, algumas horas depois de ele ter começado a se difundir pelas redes.

Para sobreviver a esse *delay*, não bastam as edições extraordinárias – ou as entradas ao vivo, dependendo da relevância do fato ocorrido. É preciso traçar inúmeras estratégias para que, quem já sabe o que aconteceu, ainda queira assistir a uma reportagem sobre o mesmo fato em um telejornal. A qualidade com que a notícia é dada, a credibilidade e a garantia de autenticidade são alguns dos fatores que podem levar uma pessoa a assistir às notícias das quais, em regra geral, ela já tem conhecimento.

Por longo tempo, os telejornais foram uma espécie de praça pública (COUTINHO, 2012). Neles, transmitiam-se informações jornalísticas que agendavam a rotina de parcelado público. Com a proliferação dos portais de notícias e dos inúmeros

canais de vídeo disponíveis em plataformas como YouTube, o encontro da família atenta e em silêncio, ao redor da televisão, para assistir às últimas notícias, é uma realidade cada vez menos frequente. Uma pesquisa do Ibope Conecta (2018) sobre o comportamento do internauta brasileiro reforça essa mudança, ao revelar que de 2015 a 2018 subiu em 95% o número dos que navegam na internet enquanto assistem à televisão.

É preciso, também, levar em conta, que a facilidade para produzir imagens, desfrutada, atualmente, criou uma inversão na produção de notícias que são feitas por profissionais. A exemplo dos telespectadores/colaboradores, os jornalistas passaram a produzir entrevistas, vídeos e até mesmo reportagens inteiras utilizando celulares e outros dispositivos ditos amadores. Exemplo nesse sentido foi o VT produzido por Glenda Kozlowski na Copa do Mundo de Futebol de 2018, na Rússia, exibido pela TV Globo. Boa parte das imagens foi produzida com o celular, com gravação feita pela própria repórter.

Logo, ferramentas antes usadas por amadores foram absorvidas também por algumas redações, criando a figura do repórter multimídia; profissionais que, sozinhos, saem para a cobertura levando câmeras *Osmo*, *GoPro* ou mesmo celulares, equipamentos portáteis com bastante limitação na produção de imagens, mas que, por outro lado, permitem maior agilidade no deslocamento do repórter, que, agora, além de sua função principal, passa a executar o papel de um cinegrafista, assumindo, portanto, dupla responsabilidade.

Por fim, mesmo que de forma breve, é importante destacar que, ao usar tecnologias antes amadoras, os profissionais passam a ter que absorver o olhar do telespectador na realização dos seus trabalhos. Não se trata de trazer para as redações uma imagem de má qualidade, mas de produzir um registro muito próximo do que seria obtido por um indivíduo sem treinamento para produzir imagens profissionais, como *takes* mais longos, planos mais abertos, pouca variação de enquadramentos, só para dar alguns exemplos.

### 3 Uma nova ordem no ecossistema da informação

Atualmente, além das ondas hertzianas, que, no passado, soberanamente, propagavam imagens e sons, o ciberespaço surge como um potente aliado na difusão, em tempo real, de textos, fotos e vídeos, causando, radical mudança no ecossistema global de informação. Levemos em conta as análises de Shirky (2008), para quem as empresas de mídia sempre enxergaram perigo umas nas outras, vendo a concorrência como grande ameaça, sem, entretanto, observar as mudanças em curso, a partir das quais:

[...] nossas ferramentas sociais removem obstáculos mais antigos à expressão pública, eliminando assim os gargalos que caracterizavam os meios de comunicação de massa. O resultado é a amadorização em massa de esforços antes reservados a profissionais de mídia (SHIRKY, 2008, p. 51).

Os profissionais de imprensa não se deram conta das ameaças trazidas pelos amadores, que ocuparam a internet, demorando a reagir a esse movimento irreversível. A quase exclusividade na difusão de conteúdos jornalísticos dos meios de comunicação de massa perdeu espaço para o coletivo de produtores de “notícias” – os quais não levam em conta critérios mínimos para serem considerados como tal – e mesmo inúmeros *blogs* que passaram a difundir informações que, em muitos casos, competiam de igual para igual com os veículos jornalísticos.

Shirky (2008, p. 55) observa ainda que “a televisão e o rádio obviamente mudaram a paisagem em que o jornal operava, mas mesmo depois disso a mídia impressa detinha o monopólio da palavra escrita – até que surgia a web” (SHIRKY, 2008, p. 55), a qual, para ele, não foi compreendida pelos profissionais de mídia, que nela viram um novo concorrente, e não um complexo ecossistema que passava a fazer parte da estrutura mundial de informação.

A sociedade não trocou as mídias tradicionais por outra; a mudança aconteceu no conceito de notícia e de produtores de notícia, que, agora, estão por todas as partes. Logo, a notícia deixa de ser um elemento exclusivamente institucional e passa a ser coletiva, como parte de um novo ecossistema de comunicação. Se antes a pergunta era “por que publicar isso?”, atualmente, indaga-se: “por que não publicar?”.

O fato de que qualquer cidadão pode ser produtor de notícias, fotos e vídeos não exclui as profissões de jornalista, fotógrafo e cinegrafista; o que não mais existe é a reserva de mercado ou mesmo a necessidade de “autorização” para o exercício dessas atividades. “O padrão aqui é simples – o que parece uma categoria fixa e duradoura como ‘jornalista’ revela-se associado a uma escassez acidental criada pelo custo do aparato de publicação” (SHIRKY, 2008, p. 69). Nesse contexto, Bruno (2008) constata uma estreita ligação entre vigilância e espetáculo, a qual tem produzido uma enorme quantidade de fotos, vídeos e textos, espalhados pelos quatro cantos do planeta.

Em face das novas dinâmicas de produção, os telejornais passaram a usar o ciberespaço como via de mão dupla: como suporte à publicação de seus conteúdos e, também, como possibilidade de recebimento de material, criando uma grande rede de aquisição de conteúdos. Assim, ampliam-se as possibilidades, inclusive, de se obter mais imagens de flagrantes, constantemente veiculados nos programas jornalísticos.

Bruno (2008) reflete, ainda, sobre a “naturalização” dos registros com origem nas câmeras de videomonitoramento, que já são parte integrante da paisagem urbana, como proposta de segurança. Se até então o cidadão comum, por sua própria produção, realizada com muita facilidade, já se expunha publicando suas imagens em diversos *sites* e redes sociais, a partir de tais dispositivos, passa a ser material acessível ao *voyeurismo*, figurando como presa fácil para a indústria do entretenimento.

[...] vemos hoje, particularmente no campo das imagens de vigilância, a sua circulação tanto nos aparatos policiais quanto na pornografia amadora, nos arquivos da indústria de segurança e nas revistas de fofoca, na televisão e na Internet, no entretenimento popular e na arte. Imagens que refletem a mistura e a transformação recíproca tanto da vigilância quanto do espetáculo, a reordenação dos modos de ver e de ser visto, a reorientação dos focos e práticas da atenção, o cruzamento das pulsões voyeurísticas e exibicionistas com as modulações do controle (BRUNO, 2008, p. 1).

A matemática social para o aumento da participação popular nos telejornais segue uma lógica que combina duas faces: de um lado, está a facilidade de produção de conteúdo comunicacional gerada pela tecnologia, aliada ao aumento significativo de vitrines para exposição desses conteúdos; de outro, um segmento midiático que deixa de ser o único canal difusor das realidades sociais. Soma-se a isso a necessidade mercadológica das emissoras de TV de sobrevivência, por meio das inovações de

negócios, buscando diminuir a acentuada perda de audiência, gerada pela fuga de telespectadores para outros ambientes.

#### 4 A audiência em um cenário de fragmentação da atenção

Com relação à audiência, as emissoras de televisão sempre travaram uma acirrada competição, cada uma em busca de maior desempenho entre os telespectadores. As estratégias são numerosas e o apelo popular, muitas vezes, é a grande aposta para atrair o público, que ainda tem na televisão o veículo que representa sua principal forma de se entreter. Conforme Feltrin (2018), em novembro de 2018, a TV Globo, que encabeça a audiência no Brasil, registrou 12,4 pontos de média no Painel Nacional de Televisão<sup>3</sup>, ficando com média de 15,1 pontos na faixa comercial (entre 7h e 0h), sendo este índice o mais baixo nos últimos 35 meses.

Embora a migração da audiência da televisão para outras mídias já seja uma realidade, ainda é prematuro decretar o fim desse veículo. De acordo com informações da Pesquisa Nacional por Amostragem de Domicílios Contínua (Pnad C)<sup>4</sup>, em 96,3% dos domicílios, pesquisados em 2019, havia um aparelho de televisão; o que representa uma pequena queda em relação a 2018, quando esse percentual foi de 96,4%. Na proporção inversa, entretanto, o número de televisões de tela fina subiu dos 53 milhões, em 2018, para 57 milhões, em 2019. Vale lembrar que, muitos desses aparelhos, permitem a conexão com os canais de *streaming*, e todo o universo da internet, quando se tratam de *smart TVs*.

Os números mais recentes reforçam a importância que a TV ainda possui no Brasil. O estudo da Kantar IBOPE Media, intitulado *Inside Video*<sup>5</sup>, revelou que mais de 204 milhões de brasileiros assistiram à televisão em 2020, deixando-a ligada, em média, 7h09 por dia, exposição diária 37 minutos maior do que a registrada no ano

---

<sup>3</sup> Representa a soma da audiência das 15 praças pesquisadas eletronicamente pela *Kantar Ibope Media* – 1 ponto de audiência equivale a 254.892 domicílios e 693.788 indivíduos.

<sup>4</sup> IBGE, Diretoria de Pesquisa, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios Contínua 2019. Disponível em: <<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html>>. Acesso em 7 jun. 2021.

<sup>5</sup> Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/consumo-de-video-bate-recorde-no-brasil/>>. Acesso em: 7 jun. 2021.

anterior. Esse tempo de TV ligada, no primeiro ano da pandemia, foi o maior medido nos cinco anos anteriores. No ano de 2020, também foram alcançadas 38 das 50 maiores audiências do último quinquênio, com pico em 24 de março, 23% maior do que a média anual de 18,25%. É claro que é preciso ponderar que a pandemia causada pela Covid-19 fez com que as pessoas ficassem mais tempo dentro de casa o que, provavelmente, contribuiu para o aumento na audiência de TV e pelo especial interesse em informações registrado no final do mês de março de 2020. O que não diminui a importância e o tamanho do veículo.

É nesse cenário que, atualmente, os telejornais permitem a interação direta com os telespectadores, até mesmo em tempo real. Por exemplo: eles podem enviar mensagens, lidas durante a apresentação dos programas. Buscando maior interação com seu público, a TV Gazetacriou um aplicativo para celular que, à época deste estudo, contava com cerca de 107 mil colaboradores cadastrados, os quais podiam enviar textos, áudios, fotos e vídeos. Alguns desses colaboradores estavam situados em localidades em que a emissora não possui afiliadas. Ainda que sem vínculo empregatício, eles efetuam os mais básicos registros de imagem, recebendo orientação nesse sentido.

Por dia, esses telespectadores enviavam à emissora cerca de 1.300 conteúdos, que, verificados quanto à qualidade, podiam ser diretamente inseridos nos telejornais ou, ainda, servir de pauta para a produção de reportagens. Uma curiosidade que é importante de ser destacada é que, ao fazer o envio, o telespectador passava a cobrar que o material fosse veiculado, o que, pela lógica de apuração e checagem, nem sempre vai acontecer.

Em entrevista a esta pesquisa, o chefe de redação da TV Gazeta, Bruno Dalvi, revela que, hoje, a emissora não tem uma estrutura que dê conta de receber as imagens enviadas pelos telespectadores. Ele acredita que muito em breve será necessário criá-la, pois os conteúdos colaborativos aumentam a cada dia, já que se trata de um momento em que a sociedade, mais intensamente, atua no sentido de ajudar os jornalistas a contar histórias. Apesar do papel ativo do cidadão na produção da notícia, Dalvi entende que continuará na mão do profissional definir *qual, se e como* o material advindo da colaboração vai ser utilizado. Logo, é ele quem dá a moldura, o viés do noticiário, sendo sua a assinatura final para a veiculação de material advindo de colaboração.

## 5 Tecnologias contemporâneas e compartilhamento de imagens

Atualmente, a TV Gazeta possui uma parceria com as prefeituras dos municípios de Vitória, Vila Velha, Cariacica e Serra, situados na Região Metropolitana da Grande Vitória (ES). A partir do acordo de cooperação de imagens, 60 câmeras de vigilância são usadas nos telejornais da emissora, principalmente para informações sobre o tráfego de veículos. Das 6h às 19h20, quando termina seu último telejornal, o conteúdo dessas câmeras é usado em serviços de orientação ao telespectador.

Esse monitoramento só é possível graças aos avanços da tecnologia. Os equipamentos com transmissão via IP – Internet Protocolo<sup>6</sup> dispensam a necessidade de se instalar um emaranhado de cabos ou potentes antenas parabólicas para levar o sinal das câmeras de videomonitoramento a uma emissora de TV, permitindo a conexão desses equipamentos via rede sem fio. Trata-se de uma configuração que advém de uma nova ordem econômica do setor de telecomunicações, como descrevem Bar e Galperin (2005):

[...] como as tecnologias *sem fios* não se sujeitam às mesmas economias de escala que as tradicionais tecnologias *com fios*, elas permitem aos utilizadores finais – que atuam frequentemente em coletivo através de cooperativas e outras instituições locais – desdobrar e gerir eles próprios os sistemas, algo que não tem precedentes. Isto dissolve cada vez mais a barreira que divide o controlo entre utilizadores e fornecedores, abrindo possibilidades a uma abordagem radicalmente descentralizada da expansão do sistema, baseada na integração de redes *sem fios* locais construídas e geridas pelos utilizadores (BAR; GALPERIN, 2005, p. 291, grifo dos autores).

As redes sem fio surgiram a partir da indústria da informática e, por dependerem de uma estrutura menor, viabilizam a difusão de variada gama de imagens (BAR; GALPERIN, 2005). Esse processo se amplia ainda mais porque, com as tecnologias de compartilhamento, como Facebook e YouTube, cada indivíduo é um veículo de difusão de imagens, por meio de uma imensa rede, publicando informações que, na maior parte das vezes, não são produzidas por profissionais (SHIRKY, 2008). Com a existência dessa nova ordem de publicação de conteúdo, em que todos são comunicadores, promovendo a publicação em massa, em escala antes não vista, a

---

<sup>6</sup> Código de comunicação para transferências de dados entre computadores em rede.

credibilidade de quem transmite será o grande diferencial na divulgação de uma notícia. Essa nova ordenação evidencia que:

[...] os meios digitais de distribuição de palavras e imagens roubaram dos jornais a unidade que antes possuíam, revelando o objeto físico do jornal como uma solução meramente provisória: agora cada artigo é uma seção à parte. A questão agora é como a sociedade será informada das notícias do dia (*Id., Ibid.*, p. 54).

Diante de tanta oferta de informação, notícias e imagens, cabe zelar pela segurança desses conteúdos. As imagens compartilhadas criam um novo espaço público, como define Virilo (1993). Alia-se a isso a sensação da onipresença, o estar, mesmo não estando, além da não imagem, em obliteração<sup>7</sup> com tempo e imagem, como define Maciel(1993). Delineia-se, portanto, uma mudança em relação à arquitetura das cidades, com possibilidade de ampla visão de pontos distantes, pois:

[...] as telecomunicações digitais alteram os padrões espaciais das atividades dentro dessas redes, mas não (como muitos teóricos anteriores pensavam) pela simples substituição dos transportes por telecomunicações, produzindo a “morte das distâncias”, e permitindo que tudo se passe em qualquer lugar, em qualquer momento (MITCHELL, 2005, p. 339).

Todavia, as diversas utilizações para as imagens em rede geradas pelos inúmeros dispositivos precisam constituir-se em alvo de estudos, a fim de evitarmos seu uso como comodismo ou promovendo invasão de privacidade, ferindo a garantia do anonimato e o direito constitucional de ir e vir sem bloqueios ou censura.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, A. P. **Telejornalismo apócrifo: a construção da notícia com imagens amadoras e de vigilância.** Florianópolis: Insular, 2018.

BAR, F.; GALPERIN. H. Geeks, burocratas e cowboys: criando uma infra-estrutura Internet, de modo wireless. In: CARDOSO, G.; CASTELLS, M. (Orgs.). **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política.** Centro Cultural de Belém (Portugal): Imprensa Nacional, 2005. p. 291-304.

---

<sup>7</sup> Relaciona-se à necessidade de criar um sentimento definitivo, que, conforme Dancynger (2007), foi uma das características do estilo MTV, a qual popularizou o videoclipe nos anos 1980 e 1990. Mais do que isso, é a relação próxima do estilo MTV com a música.

BRUNO, F. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. **Revista Famecos**, v. 15, nº 36, p. 10-16, ago. 2008.

COUTINHO, I. Telejornalismo e público: sobre vínculos com o cidadão, convertido em audiência. In: PORCELO, F.; VIZEU, A.; COUTINHO, I. (Orgs.). **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis: Insular, 2012. p. 21-42.

DALVI, Bruno. Depoimento dado a William de Oliveira (16 fev. 2019).

FELTRIN, Ricardo. **Globo registra menor índice de ibope no país dos últimos três anos**. Net. Uol nov. 29 nov. 2018. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/oops/2018/11/29/globo-registra-pior-ibope-nacional-dos-ultimos-tres-anos.htm>>. Acesso em: 16 fev. 2019.

FERRARETTO, Luiz Artur; MORGADO, Fernando. Da concentração na oferta de conteúdo ao foco na demanda, uma análise histórica das transformações da TV no Brasil. In: CAMINOS, Alfredo; MÉDOLA, Ana Sílvia; SUING, Abel (Orgs.). **A nova televisão: do Youtube ao Netflix**. 2ª ed. Aveiro: Ria Editoral, 2019. p. 96-125.

FINGER, Cristiane; EMERIM, Cárlica; CAVENAGHI, Beatriz. Metodologias de pesquisa em telejornalismo. **Sessões do imaginário**, v. 22, nº 37, p. 2-9, 2017.

FRAZÃO, S. M.; BRASIL, A. A participação do telespectador na produção da notícia em telejornal: transformação do processo noticioso e da rotina profissional. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, nº 2, p. 112-129, 2013.

GREGÓRIO, Claudia. Depoimento dado a William de Oliveira (8 jan. 2019).

KANTAR Ibope Media atualiza a representatividade do ponto de audiência de TV para 2019. **Kantar Ibope Media**, jan. 2019. Disponível em: <<https://www.kantaribopemedia.com/kantar-ibope-media-atualiza-a-representatividade-do-ponto-de-audiencia-de-tv-para-2019/>>. Acesso em: 16 fev. 2019.

MACIEL, Katia. A última imagem. In: PARENTE, A. (Org.). **Imagem-máquina: a era do virtual**. Tradução de Rogério Luz *et al.* Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. p. 253-257.

MARQUEZINI, Rafaela. Depoimento dado a William de Oliveira (8 jan. 2019).

MARTINS, M. O. Novas estratégias ao telejornalismo como consequência da onipresença de câmeras: a narrativa em primeira pessoa. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, v. 12, nº 2, p. 251-263, 2015.

MITCHELL, W. Etopia: tecnologias de informação e comunicação e a transformação da vida urbana. In: CARDOSO, G.; CASTELLS, M. (Orgs.). **A sociedade em rede: do conhecimento à ação política**. Centro Cultural de Belém (Portugal): Imprensa Nacional, 2005. p. 337-346.

PATERNOSTRO, V. I. **O texto na TV: manual de telejornalismo**. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PICCININ, Fabiana. Estratégias metodológicas para o telejornal em circulação. In: EMERIM, Cárlica. (Org.). **Metodologias de pesquisa em telejornalismo: O jornalismo para telas**. Florianópolis: Insular, 2021. p. 46-61.

POLYDORO, F. da S. Esboço de uma ontologia dos vídeos amadores de acontecimentos. **Revista Contracampo**, v. 25, nº 1, dez. 2012. p. 133-149.

REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo: o que dizem veículos, jornalistas e leitores**. 2016. 260 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2016.

SANTOS, Leandro Olegário. **A reconfiguração da notícia: um estudo sobre o impacto do ciberacontecimento na rotina produtiva no telejornalismo**. (Tese) Escola de Comunicação, Artes e Design. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Porto Alegre: 2018. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/8358>>. Acesso em: 15 mai. 2021.

SHIRKY, C. **Lá vem todo mundo: o poder de organizar sem organizações**: Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

VIRILIO, P. A imagem mental e instrumental. In: PARENTE, A. (Org.). **Imagem-máquina: a era do virtual**. Tradução de Rogério Luz *et al.* Rio de Janeiro: Editora 34, 1993. p. 127-132.

ZANOTTI, C. A. Jornalismo colaborativo, gêneros jornalísticos e critérios de noticiabilidade. **Revista Comunicação Midiática**, v. 5, nº 1, p. 28-41, set./dez. 2010.

Recebido em: 30.04.2021

Aceito em: 04.06.2021