

A Participação Popular a Partir das Imagens de Videomonitoramento¹

Rafael Paes HENRIQUES²

William de OLIVEIRA³

Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, ES

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 que passam a compor as notícias veiculadas nos programas jornalísticos, apresentaremos o novo ecossistema de informação que permite o compartilhamento de conteúdo proporcionando uma maior interação do público com as redações. As tecnologias contemporâneas e o espectador também serão apresentados em uma relação que contribuem para a divulgação de conteúdo audiovisual nos telejornais.

PALAVRAS-CHAVE: câmera de vigilância; telejornalismo; participação popular no telejornalismo.

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Orientador do trabalho. Professor do Programa de Pós-Graduação – em Comunicação e Territorialidades - POSCOM da Universidade Federal do Espírito Santo - UFES, e-mail: rafaelpaesh@gmail.com.

³ Mestre pelo Programa de Pós-Graduação - em Comunicação e Territorialidades - POSCOM da Universidade Federal do Espírito Santo - UFES, Professor da FAESA – Centro Universitário, e-mail: wdeoliveira@gmail.com

PARTICIPAÇÃO POPULAR A PARTIR DAS IMAGENS DE VIDEOMONITORAMENTO

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; foi salvo pelo porteiro. Durante 6'25", a história é contada tendo como base as imagens de videomonitoramento do local em que aconteceu o fato. Uma repórter entra ao vivo, direto do ambiente, e, em seguida, a reportagem reconstitui o acontecimento.

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

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, EDITORA DE TEXTO).

Esse constitui 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, não haveria critérios noticiosos suficientes para que o caso virasse matéria jornalística. O que verificamos aqui é uma mudança na definição de notícia, em função da midiaticização do mundo contemporâneo. Pela carência de conteúdos novos ou, em contraponto, pelo excesso de imagens geradas atualmente (MARTINS, 2015), esse fenômeno tem transformado em notícia acontecimentos que antes não seriam elevados a essa definição.

A participação popular no jornalismo não é exatamente algo novo. No passado, o leitor, telespectador ou radiouvinte enviava cartas para as redações, telefonava ou ia 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, como repetidamente dito, 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. 3).

A falta de aprofundamento dos temas trazidos pelas imagens das câmeras de vigilância esvazia o critério de notícia, pois mostra-se o flagrante, atende-se a uma 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 plano.

Em 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).

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 prá ter certeza de que aquilo ali é verídico”. A profissional avalia, entretanto, que houve mudança nos critérios de noticiabilidade, pois o fato ganha maior peso se vier acompanhado por imagem: “se sua empresa for invadida e houver imagens para ela, isso, além de ser notícia, poderá abrir o jornal”, explica.

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 por celulares. Atualmente, essas imagens é que são tidas como uma das melhores representações do real no âmbito dos telejornais. Isso porque os registros realizados por tais dispositivos passam para a audiência a certeza do “ao vivo”, do *real time*, permitindo o que seria a grande busca dos profissionais de imagens, que é 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 abertura deste capítulo, um tiroteio no município de Vila Velha mereceu no telejornal em análise 6’41” de cobertura, além de ter sido exibido em sua abertura. Inicialmente, foi exibida uma nota coberta com imagens feitas por moradores por meio de celular. A isso seguiu-se uma entrada ao vivo do repórter. Posteriormente, veio reportagem com as imagens de celulares que haviam sido enviadas por telespectadores, as quais foram

mescladas com imagens de cinegrafistas profissionais. Além disso, os áudios também enviados por colaboradores substituíram as sonoras⁴.

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 reforçou que, no uso desse material, sempre são observados os valores-notícia e os princípios éticos, esclarecendo que, “independente[mente] da origem da imagem, se for notícia e atender aos critérios de notícia, nós publicamos”.

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 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 darão a moldagem de como o conteúdo colaborativo irá ser usado, assim como faz quando utiliza as entrevistas e depoimentos. Além disso,

[...] 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 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

⁴ Termo para designar a fala contida em entrevista (PATERNOSTRO, 1999).

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 da sociedade, 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 era papel antes exclusivo das empresas de mídia.

A saída do lugar de 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, 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. 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.

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 abertas e fechadas.

Iluska Coutinho em texto sobre Telejornalismo e Público salienta que

[...]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 de maior 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 dos conteúdos extras oferecidos fora dos horários

habituais dos programas das TV's abertas. Portanto, cai por terra a exigência antigamente feita ao telespectador de que, para assistir aos programas, ele precisava cumprir quase um ritual.

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 parcela do público. Com a proliferação dos portais de notícias e dos inúmeros canais de vídeo disponíveis em plataformas como *YouTube*, o encontro da família ao redor da televisão para assistir às últimas notícias já não mais é uma realidade. 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 é feita 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. Nele, 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.

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” – as quais não levam em conta critérios mínimos para serem consideradas 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 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, de 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 sítios 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, estão 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.

4.2 SOBRE AUDIÊNCIA

Com relação à audiência, as emissoras de televisão sempre travaram uma acirrada competição, cada uma em busca de maior desempenho entres os telespectadores. As estratégias são constantes 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 Televisão⁵, 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), realizada pelo

⁵ 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.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística e divulgada em fevereiro de 2018, a televisão está presente em 69,3 milhões de domicílios no Brasil. O aparelho divide a atenção do cidadão com a internet, acessada a partir de computadores ou dispositivos móveis. Em 2016, 94,6% dos internautas acessavam a *web* por celulares; 63,7%, por computadores; 16,4%, por *tablets* e 11,3%, por televisores. Ainda segundo a Pnad C, 76,4% dos brasileiros conectados assistem séries, programas e filmes na Internet, daí a necessidade de as emissoras disponibilizarem conteúdos no ciberespaço (KANTAR, 2019).

Atualmente, os telejornais também permitem uma interação direta com os telespectadores, em tempo real. Por exemplo, eles podem enviar mensagens, lidas durante a apresentação dos programas. Buscando maior interação com seu público, a TV Gazeta criou um aplicativo para celular que, à época deste estudo, contava com cerca de 107 mil colaboradores cadastrados, os quais podem enviar ao veículo textos, áudios, fotos e vídeos. Alguns desses colaboradores estão 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 enviam à emissora cerca de 1.300 conteúdos, que, verificados quanto à qualidade, podem 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 passa a cobrar que o material seja 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.

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 do tráfego de veículos. De 6h até 19h20, quando termina seu último telejornal, o conteúdo dessas câmeras é usado em serviço de orientação ao telespectador.

Esse monitoramento só é possível graças aos avanços da tecnologia. Os equipamentos com transmissão via IP – Internet Protocolo⁶ 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 E 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 credibilidade de quem divulga será o grande diferencial na divulgação de uma notícia. Essa nova ordenação evidencia que

⁶ Código de comunicação para transferências de dados entre computadores em rede.

[...]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 (SHIRKY, 2008, 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 obliteração⁷ com tempo e imagem, como define Maciel (1993). Delineia-se, portanto, uma mudança em relação à arquitetura das cidades, com a 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 modismo ou promovendo invasão de privacidade, ferindo a garantia do anonimato e a condição 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.

BRUNO, F. Monitoramento, classificação e controle nos dispositivos de vigilância digital. **Revista Famecos**, v. 15, n. 36, p. 10-16, ago. 2008.

⁷ 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 1990. Mais do que isso, é a relação próxima do estilo MTV com a música.

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. (Jornalismo audiovisual).

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

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, n. 2, p. 112-129, 2013.

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.

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, n. 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. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

POLYDORO, F. da S. Esboço de uma ontologia dos vídeos amadores de acontecimentos. **Revista Contracampo**, v. 25, n. 1, p. 133-149, dez. 2012.

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

VIRILO, 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, n. 1, p. 28-41, set./dez. 2010.