

Do garimpo digital à tela aberta: a consolidação do audiovisual em Redes Sociais no Noticiário do Programa *Hoje em Dia*, da Rede Record¹

Thaiana Alves de Almeida²

Marco Aurelio Reis³

Universidade Federal de Juiz de Fora – UFJF

Resumo

O presente estudo analisa a função *gatekeeper* e de curadoria exercida pelo noticiário Hoje em Dia, da TV Record, no contexto do audiovisual digital. Incorporando, também, aspectos contemporâneos do jornalismo multiplataforma, observa-se, a partir da metodologia estudo de caso, a verticalização visual dos vídeos tapes, o uso de off descritivo seguido por opiniões e julgamentos, e a centralidade da viralização como critério de seleção de vídeos veiculados no programa. Também aborda-se a monetização nativa por meio da inserção de produtos, conforme modelo de Wybenga (2013). Além disso, considera-se o papel dos *gatewatchers* na lógica de curadoria dos próprios produtores, reforçando o entendimento de que, no ambiente da web, a seleção de conteúdos pode ser orientada por critérios de vigilância de redes.

Palavras-chave: *gatewatchers*; *gatekeeper*; Hoje em dia; web; televisão.

1. Introdução

O avanço das tecnologias digitais e a popularização e a modernização dos aparelhos celular, aliadas a consolidação das redes sociais igualmente digitais como espaços de produção, circulação e reinterpretação de conteúdos audiovisuais (Recuero, 2014), vêm desafiando as fronteiras entre a mídia tradicional e as novas mídias. A plataformização da web (Helmond, 2015) acelerou esse processo aumentando o potencial de propagabilidade dos conteúdos digitais, enquanto a sociedade da plataforma (Van Dijck, Poell e Wall, 2018) permitiu a mediação plataformizada dos mais variados âmbitos da vida social.

O jornalismo televisivo, historicamente ancorado em formatos lineares e centralizados, tem passado por um processo de adaptação a esse novo ecossistema

¹ Trabalho apresentado no GP Jornalismo Audiovisual, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. Membro do grupo de Pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias. Bolsita Capes. E-mail: thaiana.alves@gmail.com.

³ Jornalista e doutor em Teoria Literária, professor permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora e docente efetivo da Secretaria de Educação de Minas Gerais, é líder do grupo de Pesquisa Narrativas Midiáticas e Dialogias Cnpq/UFJF. E-mail: marco.reis@ufjf.br.

comunicacional, no qual a audiência não apenas consome, mas também compartilha, comenta e influencia diretamente a relevância dos conteúdos.

Nesse cenário, observa-se a emergência de práticas híbridas, que envolvem a curadoria de materiais originalmente veiculados em plataformas digitais e sua recontextualização na televisão aberta. Essa dinâmica contemporânea pode ser chamada de Fluxos Híbridos Multilaterais (Almeida, 2024), uma vez que existe a descentralização da produção, distribuição e compartilhamento de conteúdo. Ele pode partir de qualquer mídia, formato, meio ou plataforma. Além disso, a sua propagação está submetida não apenas à sua audiência, mas também à agentes abióticos, como o algoritmo. Por fim, é difícil prever por onde esse conteúdo vai percorrer. Seu fluxo pode iniciar e encerrar no mesmo ambiente ou ainda se tornar viral e alcançar outros espaços, como é o caso dos conteúdos exibidos no programa *Hoje em dia*.

É precisamente nesse ponto de convergência que se insere este estudo, que pontua a consolidação e ampliação de uma nova competência contemporânea no telejornalismo: a curadoria digital como prática editorial estratégica, na qual o jornalista assume o papel de mediador entre os conteúdos produzidos e viralizados nas redes sociais digitais e o formato tradicional do noticiário televisivo, ressignificando materiais previamente compartilhados para compor narrativas jornalísticas adaptadas à linguagem da TV aberta.

O presente artigo analisa o processo de seleção, adaptação e exibição de vídeos oriundos da web no noticiário *Hoje em Dia*, da TV Record, com o objetivo de compreender como o programa atua como um agente curador de conteúdos audiovisuais digitais, exercendo funções clássicas de mediação jornalística (*gatekeeping* a partir de White, 1950, e Shomaker e Vos, 2009) e certificação (Reis e Thomé, 2023), ao mesmo tempo, em que incorpora lógicas contemporâneas da cultura digital e do jornalismo multiplataforma. O programa, voltado a um público amplo e diversificado, caracteriza-se por inserir em sua pauta vídeos coletados nas redes sociais, preferencialmente os virais, frequentemente editados em formato vertical, narrados com voz de um dos apresentadores em off descritivo e acompanhados de comentários opinativos ou julgamentos por parte dos demais apresentadores.

Essa prática de "garimpo digital", em que conteúdos amplamente visualizados na web são posteriormente integrados à programação televisiva, ilustra a reorganização do papel do jornalista e do editor como mediadores da informação. Retomando o conceito clássico de *gatekeeping*, desenvolvido pioneiramente por David White (1950) e

posteriormente expandido por Pamela Shoemaker e Timothy Vos (2009), entende-se que o jornalista age como um "porteiro", selecionando quais informações chegam ao público e de que forma. No entanto, no contexto atual, marcado pela abundância de dados e pela descentralização da produção de conteúdo, essa função ganha contornos mais complexos, muitas vezes compartilhada com os próprios usuários e influenciadores digitais, configurando um novo modelo de curadoria jornalística (Cerqueira, Vizeu e Gomes, 2020).

Além do aspecto editorial, o artigo também considera as estratégias de monetização nativa presentes no *Hoje em Dia*, com destaque para a inserção de produtos — especialmente fitoterápicos — de forma integrada à narrativa informativa. Essa prática remete ao modelo de publicidade nativa descrito por Robert Wybenga (2013), em que marcas e produtos são inseridos de maneira orgânica no conteúdo, dissolvendo as fronteiras entre informação e consumo. Tal estratégia é especialmente relevante em tempos de crise de financiamento do jornalismo tradicional, nos quais as emissoras buscam alternativas para manter a viabilidade econômica de seus programas.

Outro elemento central à análise é o papel dos *gatewatchers* — conceito desenvolvido por Axel Bruns (2011) — que se refere aos sujeitos ou organizações que, em vez de barrar o fluxo de informações, monitoram e destacam conteúdos de relevância emergente em redes sociais. Essa lógica está presente não apenas nos algoritmos das plataformas, mas também nas práticas dos próprios produtores do programa, que acompanham tendências digitais e selecionam os vídeos com maior potencial de engajamento, mesmo que seu público televisivo não esteja diretamente conectado às redes.

Assim, o estudo também aponta para a existência de uma curadoria indireta, orientada por critérios de visibilidade e viralização, que atravessa a relação entre web e televisão. Dessa forma, ao investigar como o *Hoje em Dia* estrutura sua pauta a partir de conteúdos originalmente digitais, este artigo contribui para o entendimento das novas formas de mediação jornalística em ambientes híbridos, no qual o tradicional e o digital se entrelaçam, e onde a função informativa se vê constantemente tensionada por demandas de entretenimento, engajamento e rentabilidade.

2. Gatekeeping, gatwatching e audiovisual digital no *Hoje em Dia*

A partir da metodologia Estudo de Caso (Yin, 2011), cabe destacar que a Rede Record apresenta o programa *Hoje em Dia* como um produto voltado para informar, entreter e engajar diversos perfis de audiência. No site oficial, o programa é descrito como uma “revista eletrônica matinal na tela da Record”, com transmissão de segunda a sexta-feira às 10h, e um cardápio que inclui notícias, atrações, música e receitas culinárias.

O programa pode ser classificado como um exemplo de infotainment (*infotainment*), conceito que une informação e entretenimento em um mesmo formato midiático. Segundo Thussu (2007), o infotainment é uma característica crescente nos meios de comunicação contemporâneos, especialmente na televisão, onde as fronteiras entre o jornalismo tradicional e o entretenimento tornam-se cada vez mais tênues. Essa lógica busca atrair a atenção do público por meio de uma abordagem leve, emocional e envolvente, sem abrir mão da informação — ainda que, muitas vezes, ela seja apresentada de maneira fragmentada, personalizada ou espetacularizada.

Nesse contexto, o *Hoje em Dia* insere-se no modelo de infotainment ao articular temas do cotidiano, atualidades e dicas práticas com uma linguagem descontraída e elementos típicos dos programas de variedades. A Record ressalta ainda o caráter multiplataforma e a acessibilidade da linguagem como estratégias para estreitar a relação com a audiência, oferecendo um formato leve e informativo voltado para o início do dia. O programa acompanha os hábitos contemporâneos de consumo midiático, tanto na televisão aberta quanto nas plataformas digitais, com conteúdos selecionados pela produção, em uma atuação que combina as funções de *gatekeeper* e *gatewatcher*, ao mesmo tempo em que filtra, reinterpreta e redireciona materiais já circulantes nas redes sociais digitais.

A teoria do *gatekeeping*, formulada inicialmente por Lewin (1947), ao falar de hábitos alimentares, e aplicada ao jornalismo por White (1950), descreve, pelo segundo autor, como o processo de seleção de notícias como um filtro exercido pelos editores. No ecossistema digital, esse controle se reinventa (Shoemaker & Vos, 2009), sendo exercido também por algoritmos e formatos estéticos.

Com o advento das redes digitais, emerge o conceito de *gatewatching* (Bruns, 2011), que desloca o foco do controle editorial para a curadoria coletiva e vigilância informacional praticada por usuários, influenciadores e comunidades digitais. Contudo, no caso do *Hoje em Dia*, há uma inversão interessante: os produtores utilizam ativamente

o comportamento dos *gatewatchers* como critério de seleção de pautas e conteúdos produzidos para fruição digital para a televisão aberta. Embora o público do programa consuma majoritariamente conteúdo por meio da TV aberta — e nem sempre tenha pleno acesso aos links e plataformas digitais —, é perceptível que a lógica das redes sociais digitais influencia diretamente a construção do noticiário.

Diante da profusão de informações disponíveis online e da dinâmica algorítmica que segmenta os conteúdos por nichos, torna-se necessária uma curadoria cuidadosa, capaz de selecionar, reorganizar e tornar compreensíveis os materiais mais relevantes para esse público. Nesse contexto, o telejornal assume a função de mediador entre o universo disperso da web e a linearidade da televisão, especialmente em aparelhos e plataformas que já permitem acesso à *webview*, ainda que esse recurso não seja amplamente utilizado por toda a audiência de forma costumeira.

Ou seja, os conteúdos exibidos são selecionados a partir do que circula, repercute ou viraliza na web, monitorado por produtores atentos aos movimentos de *gatewatchers*. Esses usuários, atuando nas redes como vigilantes informacionais, sinalizam quais temas ganham engajamento e como são enquadrados. Assim, mesmo que o público final não esteja diretamente conectado, a escolha dos temas que esse público verá é mediada por uma lógica digital de relevância, marcada pela viralização e pelos interesses previamente observados nas redes sociais.

A verticalização do audiovisual (Reis, Thomé e Piccinin, 2021) atua como estratégia de aproveitamento de conteúdo originariamente produzido neste formato para as redes sociais digitais.

Figura 1: Customização do conteúdo produzido originalmente na vertical



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=1n7zpWVHaNE>, acesso em 17 jun

A narratividade *off*, por sua vez, combina descrição de imagens com julgamentos implícitos, operando como moldura interpretativa (Entman, 1993), ou seja, dando sentido aos fatos, selecionando elementos a serem destacados, conferindo-lhes ênfase e guiando a forma como o público compreende e reage a eles, buscando com frequência uma leitura humorística e divertida. No caso dos vídeos selecionados a partir da viralização na web, a sequência *off* descritivo + opinião legitima um juízo moral imediato. Um exemplo emblemático é o vídeo de um médico que fantasia seus jovens pacientes para o trajeto até o centro cirúrgico, criando um momento lúdico e afetuoso em um ambiente tradicionalmente marcado por tensão e medo. A narração *off*, nesse contexto, não apenas descreve a ação, mas valoriza a atitude do profissional de saúde, destacando seu gesto como exemplo de empatia e cuidado, reforçando um julgamento moral positivo que mobiliza a audiência emocionalmente e contribui para a ampla circulação do conteúdo nas redes. Assim, a combinação entre narrativa *off* e imagem não apenas informa, mas também orienta a interpretação dos fatos, moldando o engajamento afetivo do público diante de situações que mesclam emoção, ética e espetáculo.

Figura 2: Narrativa interpretativa em off



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5GEw3yK0jd0&list=PLP9IsditUAqYV-gNSUMzTe0lSuBazx6GK&index=2>, acesso em 16 abr 2025

A viralização é o critério mais frequentemente destacado nas falas dos apresentadores, especialmente nas “cabeças” — introduções que antecedem os vídeos tapes —, evidenciando sua centralidade no processo de seleção dos vídeos exibidos pelo programa *Hoje em Dia*. Os produtores monitoram redes sociais e repositórios de vídeo, identificando conteúdos que já indicam compartilhamento massivo. A relevância do vídeo para a pauta não está relacionada à sua natureza policial ou factual, mas ao

engajamento que obteve nas redes e ao potencial de mobilizar emoções, sobretudo humorísticas, no público televisivo.

Figura 3: Conteúdo virais migram para TV aberta



Fonte: <https://www.youtube.com/shorts/uxYUXGh44WY>, acesso em 17 jun 2025

Essa lógica está diretamente ligada ao conceito de *gatewatching*, pois os *gatewatchers* são os primeiros a amplificar esses conteúdos na web. Os produtores, por sua vez, observam esses fluxos e selecionam os vídeos com base nesse desempenho anterior, replicando-os na TV aberta. Assim, a viralização antecedente se torna justificativa para a exibição. O programa também insere publicidade nativa (native advertising), com destaque para produtos fitoterápicos. Segundo Wybenga (2011), esse tipo de integração cria uma zona cinzenta entre informação e promoção, o que desafia a distinção clássica entre conteúdo editorial e comercial.

No Hoje em Dia, esses produtos são apresentados como soluções de bem-estar com testemunhos pessoais, médicos convidados e imagens apelativas, mimetizando a lógica do noticiário. Essa estratégia também dialoga com o modelo viralizante, já que tais trechos são recortáveis, compartilháveis e de forte apelo junto ao público-alvo.

Considerações Finais

A análise do programa *Hoje em Dia*, da Rede Record, evidencia uma transformação significativa nos modos de produção e curadoria do conteúdo jornalístico televisivo no contexto digital contemporâneo. Ao funcionar como uma espécie de revista eletrônica matinal, o programa adota uma lógica de *infotainment* já habitual desde a última década. Ocorre que não apenas combina informação e entretenimento, mas que também se ancora nas dinâmicas de circulação próprias das redes sociais digitais em um processo que merece ser observado. Esse movimento aponta para uma reconfiguração do papel tradicional do telejornalismo, especialmente no que se refere aos processos de filtragem e seleção de informações que chegam à audiência.

Nesse cenário, o *Hoje em Dia* se posiciona como um novo tipo de *gatekeeper* audiovisual, atuando de forma híbrida entre os paradigmas do jornalismo tradicional e as práticas emergentes da cultura digital. As estratégias observadas no programa — como a verticalização visual dos vídeo tapes (adequada à estética do conteúdo produzido para celulares e levada para rede e desta para TV aberta), o uso de narrativas emocionais nas introduções (*cabeças*), e a incorporação de práticas publicitárias nativas, como a inserção de fitoterápicos no próprio corpo das reportagens — indicam uma adaptação às demandas de atenção e engajamento típicas do ambiente online, ainda que transmitidas por um canal convencional como a TV aberta.

Um dos pontos centrais revelados pelo estudo é o papel dos *gatewatchers*, que se configura como um complemento fundamental à lógica de curadoria do programa. Ao observar os fluxos de conteúdo viralizado nas redes sociais, os produtores do *Hoje em Dia* passam a agir não apenas como mediadores da notícia, mas como observadores ativos dos interesses do público conectado, mesmo quando esse conteúdo é reformulado para ser entregue a uma audiência que não está, necessariamente, inserida nas plataformas digitais. A televisão, nesse caso, torna-se um espaço de retransmissão e ressignificação de conteúdos originalmente digitais, adaptados à linguagem e ao ritmo televisivo aberto.

Essa prática marca uma inflexão no conceito clássico de *gatekeeping*, que pressupunha o controle editorial linear sobre o fluxo de informações jornalísticas. No modelo atual, operado por programas como o *Hoje em Dia*, os filtros informativos são reconfigurados em função da curadoria algorítmica e da viralização, critérios que orientam não apenas o que será veiculado, mas também como será estruturado o discurso midiático. Mesmo o público que consome exclusivamente via TV aberta acaba recebendo

produtos mediados por lógicas digitais, o que demonstra a convergência entre mídias e a interdependência crescente entre plataformas.

Além disso, essa dinâmica evidencia um novo padrão de produção jornalística, no qual o sucesso ou o valor-notícia do conteúdo não está necessariamente vinculado à sua relevância factual ou pública, mas à sua capacidade de gerar engajamento, cliques ou compartilhamentos — características típicas do ecossistema de redes.

Portanto, a nova função do jornalista, nesse sentido, é tensionada entre o compromisso com a informação e a necessidade de atrair atenção em um ambiente saturado de estímulos, o que coloca desafios éticos e editoriais significativos para o campo, demandando competências específicas e complexas que vão além da simples produção de conteúdo.

É necessário, portanto, que o profissional saiba interpretar e dialogar criticamente com os algoritmos que orientam a circulação das notícias, equilibrando a lógica da viralização com a responsabilidade social; que domine linguagens multimodais para construir narrativas atrativas sem perder a precisão informativa; que exerça uma curadoria rigorosa para selecionar conteúdos relevantes em meio à avalanche informacional; e que, por fim, mantenha uma postura ética firme, resistindo à tentação de priorizar o espetáculo em detrimento da factualidade e do interesse público.

O jornalista contemporâneo precisa, portanto, dominar competências técnicas, analíticas e reflexivas para atuar em um ambiente marcado pela velocidade informacional e pela disputa por atenção, sem abrir mão do rigor jornalístico. O programa *Hoje em Dia* exemplifica a hibridização das práticas jornalísticas no contexto da convergência midiática, ao incorporar conteúdos viralizados da internet e adaptá-los para a TV, utilizando lógicas de *gatekeeping*, *gatewatching* e curadoria algorítmica. Essa prática, que mistura filtros humanos e digitais, jornalismo e entretenimento, evidencia a necessidade de repensar categorias analíticas clássicas, já que transforma a forma como o público recebe e interpreta a informação — o que demanda novas abordagens teóricas para compreender o jornalismo contemporâneo.

Referências Bibliográficas

- ALMEIDA, Thaiana Alves de. **Fluxos híbridos multilaterais e os influenciadores digitais: do surgimento à Bianca Andrade**, no BBB20. 2024. 165 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2024.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, v. 7, n. 2, p. 119–140, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v7n2.2011.342>.
- CERQUEIRA, Laerte; VIZEU, Alfredo.; GOMES, Elena. Curadoria, mediação e função pedagógica: a centralidade do telejornalismo na pandemia. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO – SBPJor, 18., 2020, Brasília. *Anais...* Brasília: SBPJor, 2020. Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisa Rede Telejor: *Telejornalismo em mutação: tecnologia, inovação, linguagem e narrativas*.
- ENTMAN, Robert. "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, v. 43, n. 4, 1993.
- HELMOND, Anne. The platformization of the web: Making web data platform ready. **Social media+ society**, v. 1, n. 2, p. 2056305115603080, 2015.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- REIS, Marco Aurélio; THOMÉ, Cláudia. A certificação como conceito fortalecedor do telejornalismo em um cenário de desinformação e ataques partidários sucessivos. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO – SBPJor, 21., 2023, Brasília. *Anais [...]*. Brasília: SBPJor, 2023. ISSN 2316-7564.
- REIS, Marco Aurelio; THOMÉ, Claudia de Albuquerque; PICCININ, Fabiana. Verticalização no jornalismo audiovisual: Possibilidades narrativas para os direitos humanos. In: Cárlica Emerim, Ariane Pereira e Iluska Coutinho. (Org.). *Teorias do telejornalismo como direito humano*. 1ed. Florianópolis: Insular, 2021, v. 11, p. 165-182.
- SHOEMAKER, Pamela; VOS, Tim. *Gatekeeping theory*. New York: Routledge, 2009.
- THUSSU, Daya Kishan. *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. London: SAGE Publications Ltd, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.4135/9781446220337>.
- WHITE, David Manning. "The 'Gatekeeper': A Case Study in the Selection of News". *Journalism Quarterly*, 1950. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- VAN DIJCK, J.; POELL, T.; WALL, M. **The Platform Society: public values in a connective world**. Londres: Oxford Press, 2018.
- WYBENGA, Ebele. *The editorial age*. Amsterdã: Adfo Groep, 2013.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução de Daniel Grassi. São Paulo, ed. Bookman, 2001.