

Inteligências visuais nos cenários do telejornal Hora Um¹

Lara Lavínia da Silva Bezerra²

Ana Júlia de Macêdo Farias Ramos³

Anne Letícia Ribeiro Viana⁴

José Jullian Gomes de Souza⁵

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN

Universidade Federal do Ceará - UFC

RESUMO

Esta pesquisa investiga as transformações dos cenários do telejornal da Rede Globo, Hora Um. O objetivo geral buscou realizar um mapeamento das inteligências visuais nos cenários desse telejornal entre os anos de 2014 a 2024. Como metodologia foi utilizada a pesquisa qualitativa, bibliográfica, documental e o estudo de caso, visando identificar as alterações nos cenários do telejornal. Compreende-se que o telejornal adotou modernos e sofisticados recursos visuais em seu cenário ao longo do tempo, tais como telas em LED, interação com redes sociais, realidade aumentada e inteligência artificial para tornar mais interativa e imersiva a relação entre informação e público.

PALAVRAS-CHAVE: telejornalismo; cenário; inteligências visuais; Hora Um; Rede globo.

INTRODUÇÃO

A presente pesquisa tem como tema os recursos visuais no cenário telejornalístico, em específico o caso do telejornal Hora Um, transmitido pela Rede Globo - o primeiro telejornal apresentado nacionalmente ao longo do dia pela emissora. Assim, este estudo abordará a relevância dos cenários e das inteligências visuais no telejornalismo, destacando sua função na construção da narrativa televisiva, bem como apresentará uma linha do tempo que analisa as principais transformações estéticas ocorridas no telejornal Hora Um. Para isso, como objetivo geral, buscou-se realizar um mapeamento das inteligências visuais nos cenários desse telejornal entre os anos de 2014 a 2024.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho de Jornalismo Audiovisual, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Departamento de Comunicação (Decom) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: laralavi.bs@gmail.com

³ Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Departamento de Comunicação (Decom) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: anajulia2005_@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação 2º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda do Departamento de Comunicação (Decom) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), email: anneleticaviana@gmail.com

⁵ Orientador do trabalho. Professor substituto do Departamento de Comunicação (Decom) na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) na Universidade Federal do Ceará (UFC), email: jullianjose64@gmail.com

Enquanto aporte metodológico, esta pesquisa adotou os seguintes procedimentos: a pesquisa qualitativa, objetivando compreender e interpretar os fenômenos em análise; a pesquisa bibliográfica, com foco nas pesquisas realizadas anteriormente sobre os cenários no telejornalismo brasileiro; a pesquisa documental, a partir da coleta de dados dos cenário do Hora Um, no portal Memória Globo; estudo de caso, uma estratégia que analisa um fenômeno em seu contexto real, a exemplo das alterações no cenário do telejornal selecionado.

O telejornal Hora Um estreou em 1 de dezembro de 2014, com a apresentação da jornalista Monalisa Perrone, na TV Globo. O objetivo era suprir a necessidade de um público que acorda mais cedo e gosta de acompanhar os assuntos mais importantes e relevantes do Brasil e do mundo durante as primeiras horas do dia. O Hora Um é transmitido às 5 horas da manhã e, atualmente, é apresentado pelo jornalista Roberto Kovalik.

A FUNÇÃO DO CENÁRIO NO TELEJORNALISMO

O cenário é um elemento estético e estrutural primordial para compreensão do que está sendo apresentado, é a forma que o espectador encontra de contextualizar a situação que está sendo desenvolvida, estando também vinculados a fatores emocionais. No telejornalismo não seria diferente, as circunstâncias as quais são apresentadas as notícias interfere diretamente na atenção que o telespectador vai destinar a ela e na compreensão do que está sendo veiculado.

O cenário é um elemento primordial na construção da narrativa de um programa por mostrar visualmente o espaço em que acontecem as ações, tornando-se uma memória viva e auxiliando-as na associação das propostas iniciais dos idealizadores do produto (Ribeiro, 2010, p. 13).

Analogamente, pode inferir-se que a escolha das cores, texturas, imagens e outros fatores determinantes do cenário são designados de maneira a promover a identidade visual daquele telejornal. Há a intenção de fomentar um ambiente agradável visualmente para que não desfoque o leitor do que está sendo noticiado. Ainda, cativante do ponto de vista publicitário, tendo em vista que também há anúncios publicitários nos telejornais. Visando que haja um reconhecimento imediato do jornal enquanto marca, para o público. Como citado por Vitor Belém e Livia Cirne (2024, p.

205): “Os recursos gráficos começam a ser inseridos como parte da estratégia de identidade visual das produções. Com isso, surgem vinhetas e as primeiras animações de patrocinadores”.

Considerando a importância do cenário para o telejornalismo, falar da composição desses cenários e seus elementos é indispensável. Dessa forma, os cenários nos jornais transmitidos na TV são muito simples, não possuem muitos componentes, entretanto, os recursos tecnológicos, como os diversos telões interativos, imagens 3D, infográficos e o conjunto de iluminação chamam atenção. Portanto, a depender do investimento feito pela emissora e da audiência do jornal, haverá discrepâncias em relação à composição visual dos jornais, já que são constituídos majoritariamente por elementos que requerem um conhecimento prévio das tendências tecnológicas e um alto investimento financeiro.

Assim, considera-se o cenário um recurso indispensável para composição dos telejornais, já que influencia diretamente na percepção do telespectador. Contudo, esses cenários podem e vão variar a depender do investimento feito pelas emissoras, da audiência do jornal e conhecimento prévio das inovações, tanto para trazê-las aos cenários, como para utilização dessas novas tecnologias e recursos visuais.

INTELIGÊNCIAS VISUAIS NO TELEJORNALISMO

Durante as décadas de 1980 e 1990, consolidou-se de maneira mais incisiva a incorporação das tecnologias de cenários virtuais nas produções jornalísticas televisivas brasileiras. A implementação dessas ferramentas digitais permitiu que o espectador fosse imerso em uma nova experiência comunicativa, mediada por imagens sintéticas capazes de ilustrar e contextualizar eventos do mundo real. Esse salto tecnológico propiciou uma linguagem visual mais sofisticada e dinâmica, em que os apresentadores podiam interagir com os elementos virtuais — ou, em algumas situações, serem substituídos por versões animadas (Cajazeira, 2023; Mello, 2024).

Ao consolidar as práticas televisivas de acordo com as transformações mundiais, têm-se a pandemia de COVID-19 (a partir de 2020), como catalisadora desse processo de inovação, impondo a necessidade de rápida adaptação a uma nova realidade, influenciando a experiência do telespectador. Assim, soluções como transmissões

remotas, interações e cenários virtuais transformaram as rotinas de produção e exibição jornalística.

A inclusão dessas tecnologias de cenários virtuais e recursos digitais no telejornalismo trouxe significativos impactos positivos, tanto na forma quanto na experiência de consumo de informação. A aplicabilidade de imagens sintéticas e ambientes virtuais possibilitou uma linguagem mais sofisticada, dinâmica e visualmente atrativa, facilitando a compreensão de temas complexos e tornando a narrativa jornalística mais envolvente. Ademais, houve uma maior flexibilidade às equipes de produção a eficácia das transmissões remotas e interações virtuais.

Em contrapartida, há desafios e impactos negativos que foram gerados a partir dessa evolução tecnológica. A exponencial dependência de recursos digitais pode afastar o jornalismo da sua essência, priorizando o espetáculo visual em detrimento ao conteúdo informativo. Além disso, a diminuição de equipes físicas suscita preocupações quanto à desvalorização do trabalho humano e à perda da naturalidade e conexão emocional proporcionadas pela interação presencial.

Dessa forma, o abuso de recursos visuais pode prejudicar a confiabilidade das notícias, fazendo com que os espectadores questionem a autenticidade do conteúdo apresentado. Assim, enquanto as tecnologias avançadas têm promovido a evolução dos telejornais, torna-se essencial equilibrar a modernização tecnológica com os princípios éticos do jornalismo (Belém; Cirne, 2017).

ANÁLISE DAS INTELIGÊNCIAS VISUAIS NO JORNAL HORA UM

Como observou-se ao decorrer das pesquisas, o programa telejornalístico desde sua origem até a atualidade passou por importantes alterações cenográficas e inovações tecnológicas. Isto é, mudando significativamente a experiência da audiência frente às visualidades das notícias. Em vista disso, esta análise apresenta uma linha do tempo frente às mudanças das inteligências visuais do programa:

Quadro 1 - Linha do tempo do telejornal hora um

Período	Estética	Tecnologia	Inteligência visual
2014 - 2021	Cores claras (branco e laranja), bancada fixa, cenário próprio.	Telão interativo simples e mais limitado.	Visual tradicional e menos interativo; criação de logo e abertura.

2021 - 2023	Estúdio moderno e compartilhado, transição para o púlpito com um notebook.	Interação com redes sociais, surgimento de fundo transparente revelando a redação.	Aumento da interatividade, maior mobilidade do jornalista perante o cenário.
2024 - atualidade	Mega tela de LED com o uso de realidade aumentada, câmeras com IA para interação.	Realidade aumentada, IA, telão.	Experiência imersiva, Cenários versáteis.

Fonte: elaborado pelos autores com base no site Memória Globo (2024).

Dessa forma, é possível visualizar de forma linear como o jornal inovou em suas inteligências visuais, buscando apresentar as notícias a partir das novidades tecnológicas. Percebe-se que em seu período inicial, a equipe definiu uma identidade visual pertinente ao horário veiculado - o programa inicia às 5h da manhã -, visto que, o laranja e branco foram escolhidos como forma de representar o “despertar” do dia (Memória Globo, 2024). Ademais, a identidade visual permanece até os dias atuais, porém, no âmbito cenográfico, em 2021, ocorreu uma grande inovação, o telejornal passou a dividir o estúdio com outros dois jornais: o Jornal da Globo e o Jornal Hoje.

É neste momento que toda a cenografia do programa é alterada. Nesse período o cenário torna-se mais amplo e moderno, assim como, pode ser percebida a maior mobilidade do jornalista com a transição da bancada fixa para um púlpito, gerando maior fluidez para as transmissões. Já em sua última mudança, podemos ver uma gigante tela de LED transparente que ocupa todo o estúdio, e implementa elementos como a realidade aumentada e IA no processo de noticiar as informações.

Ademais, com a chegada das mudanças expostas, é perceptível a preocupação do telejornal com a experiência visual das informações para o público. Dessa forma, as transformações já citadas não apenas amplificam os estímulos visuais, como também demonstram a importância de uma construção cenográfica coerente para afirmar a identidade visual do telejornal. Portanto, é notória a transição entre a utilização de inteligências visuais mais tradicionais - com uma bancada fixa, pouca mobilidade do âncora e um simples telão - para uma abordagem mais moderna, tecnológica e cada vez mais imersiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com este estudo, evidenciou-se às novidades estéticas incorporadas pelo cenário telejornal Hora Um, a exemplo da mega tela de LED, tecnologia na qual o telejornal foi pioneiro. Com o avanço das diversas tecnologias (grandes telões, IA, realidade aumentada), proporcionou-se ao público experiências cada vez mais imersivas, ajudando o telejornal a manter sua relevância no meio jornalístico na contemporaneidade. Analogamente, existe a preocupação de que o jornalismo afaste-se de sua essência e dependa exclusivamente das novas tecnologias, priorizando a estética em detrimento do conteúdo, tornando-se superficial.

Portanto, com base na interpretação dos dados, foi possível compreender e identificar a presença de uma construção das inteligências visuais coerentes, modernas e planejadas para o cenário do telejornalismo objetiva manter a posição de relevância do jornal em meio às mudanças tecnológicas. Entretanto, há controvérsias e desafios futuros que devem ser analisados cuidadosamente em novos estudos.

REFERÊNCIAS:

BELÉM, Vitor Curvelo Fontes; CIRNE, Livia. Do SPTV ao SP1: impressões sobre as mudanças na apresentação do telejornal local. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., Curitiba, 2017. **Anais [...]**. Curitiba: Universidade Positivo, 2017.

BELÉM, Vitor; CIRNE, Livia. Perspectiva histórica das reconfigurações tecnológicas no cenário dos telejornais: do grafismo às potencialidades com a inteligência artificial. In: MELLO, Edna; ANDRADE, Ana Paula Goulart de; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda. **As inteligências do Telejornalismo**. Ed. Florianópolis: Insular, 2024. p. 203-220.

CAJAZEIRA, Paulo Eduardo Silva Lins. A inteligência artificial e o conteúdo colaborativo no jornalismo em televisão: uma análise da aplicação “Você na RPC”. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, Tangará da Serra, v.9, n.1, p. 4-20, 2023.

GLOBO, Memória. **Cenários e aberturas**: confira as mudanças de cenários e de aberturas do ‘Hora 1’. Confira as mudanças de cenários e de aberturas do 'Hora 1'. 2024. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/hora-um/noticia/cenarios-e-aberturas.ghml>. Acesso em: 9 abr. 2025.

MELLO, Edna. Telejornalismo e as novas inteligências: a reconfiguração da verdade. In: MELLO, Edna; ANDRADE, Ana Paula Goulart de; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska; EMERIM, Cárilda. (orgs.). **As inteligências do telejornalismo**. Florianópolis: Insular, 2024. p. 19-30.

RIBEIRO, Bruno Carlos Batista. **A importância do cenário na composição do produto televisivo**: o caso do nbr notícias. 2010. 27 f. Monografia (Bacharelado) - Curso de Publicidade e Propaganda, Centro Universitário de Brasília – Uniceub, Brasília, 2010.