



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

STEPHANY CORREA GODOY

RELATÓRIO FINAL

PROGRAMA DE IC:

- PIBIC
- PIBIC Af
- PIBIC EM
- PIBITI

MODALIDADE:

- CNPq
- UFPR TN
- Fundação Araucária
- Voluntária

**DIRETRIZES PARA A PRODUÇÃO CENOTÉCNICA
DE PROGRAMAS DE TV**

Relatório apresentado à Coordenação de Iniciação Científica e Tecnológica da Universidade Federal do Paraná como requisito parcial da conclusão das atividades de Iniciação Tecnológica e Inovação – Edital 2022/2023.

Orientador: Prof. Dr. Antonio Manoel Nunes Castelnou, neto

Título do Projeto: Arquitetura e Cenografia: Concepção de Recurso Midiático para Projeto Cenotécnico

CURITIBA

2023

1. TÍTULO

Diretrizes para produção cenotécnica de programas de TV.

2. RESUMO

O conceito contemporâneo de cenografia refere-se ao processo de criação e construção da imagem cênica, organizando componentes plásticos visando solucionar as necessidades apresentadas pelo espetáculo, seja ele teatral, cinematográfico, musical ou televisivo, embora envolva também outras áreas de artes e comunicação. Como nos programas telejornalísticos, a imagem é algo de grande importância devido ao seu caráter testemunhal, a cenografia da informação consiste em um conjunto de elementos reunidos – audiovisuais, gráficos e virtuais –, os quais compõem um cenário para transmitir notícias em televisão. Deste modo, esta pesquisa em iniciação tecnológica e inovação, de caráter teórico-conceitual e cunho exploratório, faz parte da proposta intitulada: “Arquitetura e Cenografia: Concepção de Recurso Midiático para Projeto Cenotécnico” e tem como objetivo básico o de investigar as principais cenotécnicas utilizadas em programas de TV, com especial atenção na cenografia de telejornais, de forma a contribuir na composição de um manual digital de arquitetura cenográfica a ser desenvolvido em sequência, abordando seus elementos fundamentais, a composição dos espaços e as maiores preocupações que existem para elaboração, montagem e funcionamento dos seus cenários. Baseando-se em materiais coletados em fontes web-bibliográficas assim como em uma análise de caso, esta pesquisa ilustra a aplicação dos recursos cenotécnicos no âmbito televisivo por meio da análise do estúdio de programa telejornalístico da RPC TV (Curitiba PR). A partir desta pesquisa, constatou-se que tanto as formas como a criação cenográfica e o aparato cenotécnico podem ser utilizados em programas telejornalísticos com vistas a comunicar ao telespectador informações audiovisuais capazes de complementar a notícia transmitida.

Palavras-chave: *Artes cênicas. Cenografia. Cenotécnica.*

3. INTRODUÇÃO

Por muito tempo, o conceito de cenografia resumiu-se à definição oriunda do grego, segundo a qual *skénographie* seria um termo composto pelos vocábulos: *skéné*, que significa “cena”; e *graphein*, que se relaciona às ações de “escrever, desenhar; pintar, colorir” (MANTOVANI, 1989), assim como àquela que pode ser encontrada no Dicionário Aurélio (2007), isto é: a arte e técnica de projetar e dirigir a execução de cenários para espetáculos – ou ainda como consta no *Littré Dictionnaire de la Langue Française*, no qual consta, em tradução para o português:

Cenografia: s. f. – 1. Termo de pintura. Arte que consiste em desenhar edifícios, os lugares, as cidades, etc. em perspectiva [...] 2. Especialmente arte de pintar decorações cênicas. 3. A própria realização, os objetos representados. 4. Termo de alvenaria: arte de representar (em escala) um edifício em relevo cujo o nome é maquete (RATTO, 2001, p. 76).

Entretanto, definições como estas – que entendem a arte cenográfica como mera decoração de palcos teatrais – cabem a épocas onde os cenários configuravam-se como trabalhos de pintura, em que grandes telas davam a impressão de profundidade e quando havia outros elementos auxiliares – como móveis, anteparos e cortinas – que eram dispostos de maneira realista, encaixando-se perfeitamente com a pintura. Para Ratto (2001), contudo, uma conceituação atual da cenografia não poderia deixar de levar em conta todas as revoluções que modificaram os rumos do teatro desde o século passado, nem ignorar a evolução da tecnologia que colocou à disposição dos projetistas de cenários infinitas possibilidades.

Indo muito além do que painéis decorativos para o fundo de palcos teatrais e abrangendo uma maior diversidade de componentes plásticas, as quais passaram a incluir também iluminação, entre outros recursos cenotécnicos, a cenografia contemporânea também atinge outras áreas de artes e comunicação. Nestes termos, Mantovani traz uma definição mais atual, clara e direta sobre o tema, afirmando que

[...] cenografia hoje é um ato criativo – aliado ao conhecimento de teorias e técnicas específicas – que tem *a priori* a intenção de organizar visualmente o lugar teatral para que nele se estabeleça a relação cena/público. O cenário, como produto deste ato criativo tem que traduzir a intenção e portanto, só pode ser analisado dentro do contexto específico da montagem teatral encenada. (MANTOVANI, 1989, p. 12)

Para essa autora, a cenografia não é autônoma e independente, mas parte de um todo, sendo vivenciada pelos atores que deverão utilizá-la e explorá-la como um recurso para a atuação. Compartilhando desta mesma linha de pensamento, há inúmeros cenógrafos ou encenadores de referência internacional que entendem a cenografia como uma linguagem artística que faz parte de todo o contexto teatral. E que, inclusive, vai além dos palcos de teatro, abrangendo cinema, televisão, eventos e outros campos de expressão.

A americana Pamela F. Howard (1939-) – atualmente uma das mais importantes teóricas da cenografia mundial –, nas primeiras páginas do seu livro *What is scenography* (“O que é cenografia”, publicado originalmente em 2019 e hoje na terceira edição e disponível em sete idiomas), juntou 50 breves definições obtidas a partir das respostas de cenógrafos do mundo todo. Entre estes, o paulista José Serroni (1950-) – arquiteto brasileiro considerado um dos principais cenógrafos e figurinistas do país – respondeu que “cenografia era a dramatização do espaço” (HOWARD, 2015). Por “dramatização”, o profissional explica que se

refere ao sentido de tornar o espaço dramático e teatral. Em seu próprio livro intitulado “Cenografia brasileira: notas de um cenógrafo”, ele cita como exemplo uma cadeira em uma sala. Neste contexto, ela seria apenas uma cadeira, mas se colocá-la no palco, recebendo um foco de luz e com um ator ao seu lado, ela assumiria outro significado: ali ela não seria apenas uma cadeira (SERRONI, 2013).

Deste modo, pode-se afirmar que a cenografia não existe sem a presença do ator, que é o agente que vai ocupar e viver neste espaço.

Podemos realizar um espetáculo sem cenografia, sem luz, sem música, podemos fazê-lo com a roupa do corpo ou nus. Sem uma direção específica, até sem texto. No entanto, não é possível fazê-lo sem o ator. É o ator que dá sentido àquilo que chamamos de teatro: alguém se expressando para que alguém o veja (SERRONI, 2015, p. 27).

Portanto, é função primordial da cenografia apurar o trabalho do ator. Tanto que, para Howard (2015), ela estará sempre incompleta até o ator entrar no espaço, ocupando-o e lhe dando a razão de ser em uma manifestação conjunta do diretor e do artista visual a respeito da visão que se tem para o espetáculo. E esse “ator” pode ser compreendido como aquele que faz uso do cenário para atuar, interpretar ou se expressar, seja qual for o meio e o público. Pode encenar um texto dramático, desempenhar um papel cinematográfico ou televisivo, cantar ou dançar em uma peça musical, desfilar uma coleção de moda ou mesmo apresentar um programa de notícias ou entrevistas.

Para a elaboração de uma proposta cênica, seja em qual for o campo de aplicação da arte cenográfica, a comunicação e o trabalho em conjunto de toda a equipe técnica e artística que compõe um espetáculo têm papel fundamental. O cenário proposto em consonância com o projeto luminotécnico, a linha de atuação e a sonoplastia – tudo deve estar de acordo com a interpretação que o diretor geral quer que os espectadores sintam ao assistir o espetáculo¹. Logo, cenografia

[...] especialmente no teatro, é uma arte integrada [...] Acontece sempre na interação com os demais elementos que compõem o espetáculo. É preciso que ela se relacione com a direção, com os atores, figurino, sonoplastia, espaço, produção, e especialmente, com a iluminação (SERRONI, 2013, p. 29).

Por sua vez, o diretor, ator e cenógrafo italiano Gianni Ratto (1916-2005), ao tratar sobre este assunto, fez uso de uma série de adjetivos que competiriam às características que a cenografia pode assumir. Segundo ele, ela pode ser: a) impositiva, se aplaudida pelo público

¹ Quando se diz que a cenografia é uma arte integrada e que faz parte de um todo, salienta-se que ela não deve se sobrepor ao trabalho do restante da equipe. Logo, Serroni (2013) destaca que o valor da cenografia não está na quantidade de elementos ou efeitos especiais no palco. Do mesmo modo, Ratto (2001) afirma que ataca “[...] violentamente o decorativismo gratuito, tudo o que procura agradar, o pleonástico, o adjetivado, o pomposo, enfim tudo o que se sobrepõe pretensiosamente à correta interpretação do texto e do espetáculo que o intermedia” (p.19).

por capturar toda sua atenção: b) presente, se não agride com detalhes excessivos, mas é perceptível; c) ausente, se é indiferente, pois não colabora nem prejudica; ou d) integrada, se pertence inevitavelmente ao espetáculo, sendo capaz inclusive de ser confundida com personagens, porque promove um diálogo silencioso (RATTO, 2001).

Todo cenógrafo deve ter em mente que não trabalha sozinho, mas que faz parte de uma equipe com um objetivo em comum. Não se trata, segundo Serroni (2013), de um pintor de tela, nem de um técnico, mas sim daquele que participa ativamente da conceituação do espetáculo no espaço – o que faz dele um artista. Tanto que Howard (2015) complementa: “deve ser um artista capaz de entender como trabalhar ideias do diretor e as incorporar, entender o texto como o autor, ser sensível às necessidades do ator, e criar espaços imaginativos e apropriados à produção” (p. 18).

Paralelamente, outro tema relevante àqueles que projetam espaços cenográficos diz respeito ao emprego da *cenotecnia*, a qual, de acordo com Guinsburg, Faria et Lima (2006), consiste na técnica de fazer funcionar cenários e demais dispositivos cênicos – tais como: holofotes, elevadores, pisos móveis, alçapões, varas de içar cenários, etc. – para as mais variadas finalidades, incluindo: *shows*, eventos especiais, espetáculos teatrais e operísticos, entre outros. Segundo esses autores, é a cenotecnia que dá a vida aos cenários e “que possibilita a mágica no palco e as surpresas durante as apresentações” (p. 76).

Hoje em dia, trabalhar com cenografia e cenotecnia tem um amplo campo de atuação e inserção no mercado, pois houve a expansão do próprio significado de “cenário”, o qual, como dito anteriormente, não está presente apenas nos palcos de teatro, mas também nos *sets* de televisão e cinema, assim como nas áreas expositivas de museus, feiras e vitrines de lojas. Também fazem parte das atividades cênicas: a elaboração de desfiles de moda e de carnaval, a realização de eventos e decorações temáticas em *shoppings centers*, a organização de shows musicais e eventos comemorativos – como casamentos, festas de aniversário e celebração de outras festividades –, entre muitos outros. A partir da consolidação da cultura do consumo, segundo Cohen (2007), a cenografia foi descoberta pelo mercado produtor e comercial, passando a ser reconhecida como uma importante ferramenta, cujos métodos podem ser utilizados para a comunicação simbólica de mensagens relacionadas ao universo do mercado consumidor, além do lazer e entretenimento.

Nestes termos, outros eventos de comunicação – especialmente aqueles associados ao *marketing* comercial, que estão cada vez mais presentes em nosso cotidiano – têm se apropriado da linguagem cenográfica para vender ideias. Apesar deste contexto nem sempre comportar um espetáculo, pode-se afirmar que ao menos os recursos cenográficos estão presentes em suas construções, como: o caráter efêmero do ambiente criado; a simulação de

materiais privilegiando a forma em detrimento da função; e a criação de ilusões, sejam quais forem elas². A sofisticação dos novos recursos, a proliferação das tecnologias disponíveis e a consolidação dos meios de comunicação provocaram este deslocamento da linguagem cenográfica para além dos palcos, o que ficou evidenciado a partir de meados do século XX (COHEN, 2007).

Como cada campo de aplicação cênica é distinto, segundo Saraiva, Fernandes *et* Azevedo (2009), a cenografia da informação também tem suas especificidades, consistindo basicamente em um conjunto de elementos reunidos para criar um cenário para transmitir notícias em televisão, integrando dispositivos audiovisuais e grafismo, assim como, mais recentemente, a *cenografia virtual*³. Considerando que o evento televisivo é bastante recente – surgiu na primeira metade do século XX –, a cenografia neste meio foi pouco valorizada, o que se transformou desde então, adquirindo cada vez maior importância e influência. Motivados pela concorrência e na procura por mais telespectadores, os estúdios televisivos experimentaram cenografias e cenotécnicas, inovando nos materiais empregados e nos ambientes instalados, bem como nas aberturas dos programas, que eram inicialmente ao vivo e depois gravados.

Tendo em vista que a cenografia televisiva se desenvolveu, desde seu surgimento até hoje, com os avanços tecnológicos e transformou os programas de televisão em um ilimitado campo de atuação profissional para cenógrafos, há uma demanda cada vez maior por pesquisa e inovação nessa área, o que conduziu ao presente trabalho. De caráter teórico-conceitual e cunho exploratório, esta pesquisa em iniciação científico-tecnológica tem por objetivo investigar as principais cenotécnicas utilizadas em programas de TV, com especial atenção nas cenografias de telejornais, abordando seus elementos fundamentais, a composição dos espaços para noticiários e as maiores preocupações que existem para elaboração, montagem e funcionamento dos seus cenários. De modo específico, busca abordar algumas informações para a realização de um manual de arquitetura cênica que, sem pretender esgotar o tema, consiste em uma introdução, baseada em revisão web-bibliográfica e estudo de casos, sobre aspectos técnicos e artísticos empregados em *sets* de estúdios.

² Pode-se dizer que a cenografia apresenta uma característica que favorece o seu uso em infinitas possibilidades, a qual se refere à sua capacidade de se adequar a diversos ambientes. Ela reconhece as particularidades do espaço e se adapta às suas necessidades até que tenha adquirido uma linguagem própria para aquele sistema, o que causa mudanças no seu processo de desenvolvimento, na escolha de materiais na sua elaboração e na aplicação de técnicas para sua produção. Desta forma, o teatro tem uma linguagem própria, o que conduz à utilização de técnicas e materiais próprios para si, do mesmo modo que a televisão e os outros campos de atuação cenográfica (COHEN, 2007).

³ No cenário virtual, é possível incluir objetos irreais na cena e, com um ensaio prévio, criar a ilusão de que o ator está interagindo com eles. Ele pode circular em volta do objeto e ter sua sombra e reflexo projetados nele como se fosse um objeto real. Os movimentos de câmera – em *pan* (visão panorâmica), *zoom* (visão em aproximação) e *travelling* (visualização em movimento) – que não eram possíveis de se conseguir no *chromakey* – ou “cromaqui” em português, que é uma técnica de efeito visual que consiste em colocar uma imagem sobre uma outra por meio do anulamento de uma cor padrão, geralmente verde – fazem um cenário virtual parecer real. Uma das formas de se produzir este movimento é através de sensores instalados nas lentes e no tripé das câmeras (CARDOSO, 2007).

4. REVISÃO DA LITERATURA

Mesmo depois de tempos após a sua invenção e com a criação de tecnologias mais recentes, a televisão continua sendo considerada o meio de comunicação mais importante para os brasileiros. De acordo com Rossi (2022), dados da Agência de Comunicação Marco indicam que 75% dos entrevistados atribuíram notas de 7 a 10 – equivalentes a extremamente importante – para este meio de comunicação, cuja invenção impulsionou a comunicação no século XX tornando crescente o processo de transmissão de informações e, com isto, assumindo um forte papel de influências nas relações sociais, culturais e econômicas. Devido às suas características de rapidez, mobilidade e imediatismo, a televisão – ou, simplesmente, TV – tem a capacidade de promover o desenvolvimento qualitativo da sociedade. Logo,

[...] a tarefa de informar, documentar e estimular novas visões constitui a função chave da TV [, cuja] responsabilidade social e os efeitos humanos das mensagens exigem uma preparação consciente dos comunicadores que produzem os programas (STASHEFF *et al.*, 1978, p. 13).

Pode-se dizer que a televisão teve dificuldades em estabelecer uma identidade nos seus primeiros anos de existência, pois suas técnicas, bem como seus primeiros profissionais, descendiam das áreas de teatro, rádio e cinema⁴. Muitos dos programas dos tempos iniciais da TV nada mais eram que um transplante quase literal de material proveniente da arte teatral, do espetáculo de *vaudeville*⁵ ou do estúdio de rádio (STASHEFF *et al.*, 1978).

No entanto, apesar de ter começado transmitindo formas artísticas já conhecidas, mais tarde, a televisão passou a ser encarada como uma categoria de arte por ela mesma, desenvolvendo técnicas e tradições próprias. Uma característica da TV era a capacidade de transmissão ao vivo, o que possibilitou uma nova forma de entretenimento. Como exemplos deste tipo de transmissão são: a cobertura de eventos esportivos e a cerimônia de entrega do Oscar, além de *shows* de variedades e algumas comédias de situação. Outro elemento próprio da produção televisiva é a sua rapidez de execução, seja ao vivo ou em teipe, uma vez que muitos de seus programas são produzidos com o mínimo de tempo.

⁴ Oficialmente, a primeira demonstração do aparelho de TV ou televisor ocorreu em 1926, quando o escocês John Logie Baird (1888-1946) apresentou a televisão mecânica aos cientistas da *Academia Britânica de Londres*, mostrando ser possível transmitir imagens por ondas de rádio. Contudo, foi o americano Philo Taylor Farnsworth (1906-71) quem criou o tubo de raios catódicos, o qual permitiu a transmissão por via eletrônica. Baseada nessa tecnologia, a empresa alemã *Telefunken* começou a fabricar em 1934 os primeiros televisores, que se tornaram viáveis economicamente depois da *Segunda Guerra Mundial* (1939/45). Em 1941, a NBC, pertencente à RCA, inaugurou a TV no mundo, com transmissão em sistema de aluguel de aparelhos e de sinal, transmitindo do alto do *Empire State Building* pelo Canal 1 e, em 1941, pelo Canal 4 para todo o mundo. No Brasil, a primeira emissora de televisão foi inaugurada na capital paulista em 18 de setembro de 1950: a *TV Tupi* (Canal 3), com equipamentos trazidos dos EUA pelo empresário e político Assis Chateaubriand (1892-1968). Quatro meses depois, em 20 de janeiro de 1951, entrou no ar sua filial carioca (Canal 6) (RIBEIRO, ROXO *et* SACRAMENTO, 2010).

⁵ O gênero teatral denominado de *vaudeville* foi uma forma de entretenimento popular que misturava diversas atrações distintas, cujos únicos objetivos em comum eram o de entreter, chamar a atenção e ganhar dinheiro. A origem do termo vem do francês *voix de ville*, que significa “voz da cidade”. Em um período pós-Guerra Civil americana, o desenvolvimento deste “teatro de variedades” acabou tornando-se um grande negócio nos Estados Unidos e Canadá pelo fato de reunir dezenas de artistas diferentes, o que acabou popularizando essa forma de arte no restante do continente (VINTAGEPRI, 2015).

Conforme Sens *et* Pereira (2014), foi a partir de então, com o entendimento desse novo meio de comunicação, que os canais televisivos passaram a funcionar como grandes indústrias de informação e entretenimento, fornecendo conteúdos audiovisuais variados e destinados a atender diferentes perfis de espectadores e demandas mercadológicas. A viabilidade desta nova mídia, segundo os autores, esteve sempre atrelada a publicidades e diferentes modalidades de *marketing* durante a programação. Por conseguinte, seus conteúdos assumem a forma de produtos, os quais levam em consideração as expectativas dos telespectadores e dos patrocinadores dos programas.

Com o aumento da concorrência entre as emissoras e a popularização da televisão, houve a necessidade de impulsionar ações estratégicas para atrair e manter os telespectadores. Em função disto, o conceito de “televisualidade” (*televisuality*), denominado por Caldwell (1995)⁶, tornou-se importante, o qual se caracteriza pela valorização estética dos conteúdos, acarretando, entre outros fatores, na melhoria da qualidade das imagens transmitidas, na sofisticação formal e técnica dos produtos televisivos e no reconhecimento do estilo como identidade do canal e seus produtos (SENS *et* PEREIRA, 2014).

Segundo a mesma fonte, outra característica definida pela televisualidade refere-se à multiplicidade de informações. Isto porque o discurso audiovisual passa a compartilhar espaço e tempo com sinais e representações, seja através dos grafismos dispostos sobre os programas ou a partir da fragmentação das narrativas presentes na linguagem do videoclipe. Através do *design* televisual, por meio de seus videografismos, vinhetas, interfaces e demais aplicações audiovisuais, são apresentadas qualidades específicas visando atender as expectativas comerciais dos canais e seus anunciantes, além de promover uma melhor experiência de uso e consumo dos conteúdos disponibilizados.

Desde então, viu-se a necessidade de pensar a cenografia televisiva como parte importante do *design* televisional e no seu poder de agente comunicador. Segundo Cardoso (2007), a cenografia na TV pode ser entendida como um instrumento de realizações linguísticas e comunicativas, isto é,

[...] construções em sentido estrito, que trabalham a partir de material simbólico (signos, figuras e símbolos presentes no léxico de uma comunidade) [...] e produzem certos efeitos de sentido [...]. Em suma, não nos encaramos como “veículos neutros” que “carregam” algo, mas como objetos dotados de consistência e autonomia próprias (CASSETTI *et* CHIO, 1999, p. 249⁷, *apud* CARDOSO, 2007, p. 39)

⁶ CALDWELL, J. T. **Televisuality**: style, crisis, and authority in American television. New Jersey (USA): Rutgers University Press, 1995.

⁷ CASSETTI, F.; CHIO, F. di. **Análises de la televisión**: instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona (España): Paidós, 1999.

Com os avanços da tecnologia e a melhoria da imagem transmitida, a cenografia televisiva passou pelo processo de modificação de toda a sua estrutura e ganhou cada vez mais importância neste meio de comunicação. No telejornalismo, de modo específico, ela esteve presente desde os primeiros programas, mesmo que de forma mais modesta no início (RTP, 2021).

Conforme Risson (2014), o primeiro telejornal a ir ao ar no Brasil foi o “Imagem do Dia”, em 19 de setembro de 1950, juntamente com a instalação da primeira emissora, a *TV Tupi Difusora* de São Paulo (Figura 01), sendo sua estrutura parecida com os rádio-jornais da época⁸. Sem muitos artifícios para compor o telejornal, os jornalistas que o apresentavam utilizavam os poucos recursos que vinham inspirados pelos radialistas e assim traziam a linguagem do rádio para a televisão.

Cabe lembrar que televisão brasileira dos anos 50 era toda produzida ao vivo – (o *videotape*, inventado em 1956, nos EUA, chegaria ao Brasil apenas em 1959). Desse modo, as dificuldades técnicas obrigariam os telejornais a adotar o formato de transmissão direta do estúdio de gravação, quase sem coberturas e com uma linguagem muito parecida com a do rádiojornalismo. A maior parte as notícias veiculadas eram lidas pelos apresentadores na forma de notas peladas, com textos curtos e uma locução dramática, bem ao estilo dos locutores do rádio (BRASIL, 2012, p. 89⁹, *apud* RISSON, 2014, p. 10).

FIGURA 01 – ‘IMAGENS DO DIA’: O PRIMEIRO TELEJORNAL EXIBIDO NA TV BRASILEIRA.



FONTE: CAMINHOS DO JORNALISMO (2011).

Nos primeiros telejornais, de acordo com Cardoso (2007), o espaço cenográfico limitava-se ao saguão da sede dos *Diários Associados*, no edifício Guilherme Guinle, situado à rua Sete de Abril, n. 230, em São Paulo SP. No entanto, com os primeiros patrocinadores,

⁸ Em 1950, a paulista *TV Tupi Difusora*, foi ao ar um programa de caráter jornalístico chamado “Imagens do Dia”, com texto e reportagem de Rui Rezende (1938-). Ele mostrava imagens e narrava acontecimentos que eram comentados por Maurício Loureiro Gama (1912-2004), o qual adotou como linguagem uma “conversa” entre o apresentador e o telespectador, criando assim um estilo para o telejornalismo que perdura até os dias de hoje. Este noticiário permaneceu por dois anos no ar, até ser substituído pelo “Telenotícias Panair”. Ambos tinham basicamente as mesmas características: privilegiavam a expressão verbal e ainda exploravam de forma rudimentar os recursos visuais do novo veículo (MUSEU DA TV, 2004; RISSON, 2014).

⁹ BRASIL, A. C. **Telejornalismo imaginário**: memórias, estudos e reflexões sobre o papel da imagem nos noticiários de TV. Florianópolis: Insular, 2012.

o cenário foi começando a adquirir formas próprias: uma cortina no fundo com uma cartela com o nome do patrocinador. Foi por este motivo que, nas primeiras décadas da TV brasileira, os programas eram conhecidos pelos nomes de quem os financiavam. Logo, no telejornalismo nacional, havia, entre outros: as *Telenotícias Panair*, a *Reportagem Ducal*, o *Telejornal Pirelli* e – o que foi um dos grandes marcos da televisão brasileira – o *Repórter Esso*.

Adaptado do rádio para a TV em 1952, o telejornal *Repórter Esso* (Figura 02) – no Rio de Janeiro, apresentado por Gontijo Teodoro (1924-2003) e em São Paulo por Randal Juliano (1925-2006) – trouxe grandes modificações na linguagem do jornalismo brasileiro, pois fazia uso de matérias ilustradas por meio do *videotape* ou videoteipe, estas proporcionadas pelo apoio financeiro de seus patrocinadores (BAÚ DA TV, 2020). Segundo Risson (2014), com a utilização desse recurso a partir de 1959, foi possível armazenar e editar os vídeos, o que complementava a informação com imagens, fazendo assim o telejornalismo ganhar mais agilidade e dando maior credibilidade às notícias. De acordo com Cardoso (2007), com a possibilidade do uso de editores eletrônicos e câmeras portáteis, a produção de programas televisivos aproximou-se do trabalho cinematográfico.

Essa nova relação com o mundo do cinema influenciou durante muito tempo de forma positiva toda uma geração de jornalistas de TV. Era instigante ver como os cineastas lidavam com a maior intimidade com a película, a luz, o enquadramento e, principalmente, com os personagens [...]. Os jornalistas de TV ofereciam em troca a experiência voltada para a agilidade das notícias e a criatividade nas soluções imediatas (BRASIL, 2012, p. 173, *apud* RISSON, 2014, p. 10).

FIGURA 02 – “REPÓRTER ESSO”: MARCO DA TELEVISÃO BRASILEIRA.



FONTE: ACERVO OGLOBO (2022).

Risson (2014) destaca que o formato dos programas telejornalísticos no Brasil foi influenciado pelo modelo americano, presente até hoje nas produções jornalísticas. O cenário, a composição do telejornal, a forma de apresentar e até os apresentadores, assim como a concepção do âncora nos principais jornais, seguiu as experiências feitas nos EUA. Assim, os

noticiários brasileiros inspiraram-se nos cenários que eram compostos basicamente por uma cortina de fundo, uma mesa e uma tela com o nome do patrocinador, além de também contarem apenas com um locutor e terem as suas matérias reunidas em blocos (MUKA, 2014).

FIGURA 03 – “JORNAL NACIONAL”: ESTREIA EM 1969 E CENÁRIO ATUAL.



FONTE: GRUPO GLOBO (2021) | JORNAL NACIONAL (2017).

Além da *TV Tupi*, outras emissoras foram surgindo no país, como a: *TV Record* (1953), *TV Rio* (1955), *TV Itacolomi* (1955), *TV Piratini* (1959), *TV Continental* (1959) e *TV Paulista* (1963), entre outras. A *TV Globo* (Canal 4) entrou no ar em 26 de abril de 1965, no Rio de Janeiro RJ, sendo dirigida por Daniel Filho (1937-), recém-saído da *TV Excelsior*¹⁰. Em março de 1966, ela comprou a *TV Paulista*, transformando-a em *TV Globo São Paulo*; primeiro passo para a criação da *Rede Globo de Televisão*, que tinha como um de seus pilares de programação o telejornalismo. No final da década de 1960, a *Globo* apresentou o programa que seria um dos maiores índices de audiência: o *Jornal Nacional* (Figura 03), que foi o primeiro telejornal brasileiro a ser transmitido em rede nacional.

¹⁰ A nova emissora trouxe várias novidades, com aparelhagem de última geração e inaugurando um estúdio construído especialmente para ela, na Rua Von Martius, no Jardim Botânico, onde está até hoje. Seu proprietário, o jornalista Roberto Marinho (1904-2003), havia firmado um acordo, proibido pelas leis brasileiras, com o grupo americano *Time-Life*, que se tornou sócio da empresa com 30% de participação (RIBEIRO, ROXO et SACRAMENTO, 2010).

especiais, que só vão ao ar no momento da ocorrência; e os do gênero revista, o qual intercala notícias com *shows*, narrativas e variedades, como é o caso do *Fantástico da Rede Globo*. Dentro da segunda categoria, referente ao nicho de telejornais documentários, pode-se citar como exemplo: o *Globo Shell* (TV Globo, 1971/72), que passou a ser chamado de *Globo Repórter* a partir de 1973.

FIGURA 05 – CENÁRIOS DO TELEJORNAL DOCUMENTÁRIO “GLOBO REPÓRTER”.



FONTE: MEMÓRIA GLOBO (2022).

Com o trabalho de documentaristas e diretores de ficção, vindos do cinema, a linguagem cinematográfica ficou mais expressiva na televisão. Nestes termos, o vídeo de investigação, diferente da mera reportagem, passou a explorar as potencialidades narrativas extraídas de micro e macro acontecimentos (BENTES, 2003¹¹, *apud* CARDOSO, 2009). Na maioria das vezes, estes noticiários abordam um único tema por programa; e geralmente apresentam 02 (duas) topologias cenográficas. Na primeira, sem tanto formalismo como nos noticiários diários, o apresentador conduz as matérias em um cenário onde está inserido o logo do programa, dentro de um estúdio. O *Globo Repórter* (Figura 05), por exemplo, desde seu surgimento até os dias atuais passou por inúmeras mudanças, sendo que atualmente o espaço de mediação dos apresentadores faz uso de cenário virtual. Já a segunda topologia,

¹¹ BENTES, I. *Vídeo e cinema: rupturas, reações e hibridismo*. In: MACHADO, A. (Org.). **Made in Brasil**. São Paulo: Itaú Cultural, 2003.

que varia conforme a temática, é predominantemente externa, podendo ser uma locação específica (CARDOSO, 2009).

No gênero “revista”, o uso da composição cenográfica também está presente. No espaço principal, ainda de acordo com Cardoso (2009), geralmente se tem um ou dois apresentadores que se movem pelo espaço cênico mediando o programa. No entanto, diferente do “documentário”, a revista possui vários assuntos em pauta, o que traz toda a diversidade de gêneros existentes na televisão e fazendo com que um programa necessite uma maior configuração de cenários. Na televisão brasileira, o *Fantástico* (TV Globo, 1973), constitui-se em um exemplo de modelo de revista eletrônica, o qual vem mantendo ultimamente em seu cenário principal o mesmo modelo virtual dos documentários (Figura 06).

FIGURA 06 – CENÁRIOS DA REVISTA ELETRÔNICA “FANTÁSTICO”.



FONTE: FANTÁSTICO (2014).

Em 1973, quando o programa foi ao ar pela primeira vez, o ambiente era completamente externo, até que, no ano seguinte, ganhou um cenário fixo em que se mostrava o desenho do rosto em tons vermelhos e foi colocado um mapa-múndi para decorar o personagem. Com o tempo, os apresentadores passaram a ser exibidos ao fundo, sendo que, no início dos anos 1980, predominavam cenas com pirâmides, as quais também inspiravam os chapéus das bailarinas da abertura. Em agosto de 1987, estreou a notável apresentação estilizada intitulada “Natureza”, além de uma bancada de apresentadores em cujo fundo havia o logotipo do programa. A partir de abril de 1995, os apresentadores passaram a ficar em pé, em torno de cubos, retângulos e quadrados gigantes, os quais formavam a vinheta, além de se passar a valorizar a iluminação cada vez mais. Finalmente,

depois de outubro de 1999, o cenário tornou-se completamente virtual, recebendo pequenos acréscimos reais desde então¹² (FANTÁSTICO, 2014).

No telejornalismo, a imagem é algo de grande importância devido ao seu caráter testemunhal. Segundo Risson (2014), foram os recursos audiovisuais que trouxeram aos acontecimentos da prática jornalística uma maior realidade, assim como se as imagens dos casos noticiados fossem provas de que estes realmente aconteceram. Mesmo que estejam procurando principalmente informação, os telespectadores ao assistirem um jornal televisivo, fazem-no mesmo que com alguma porção de entretenimento. Antes de tudo, um telejornal deve passar credibilidade ao seu público e, para isto ocorrer, deve passar a impressão de agilidade na atualização dos fatos e clareza, além de objetividade na apresentação de informações, fazendo uso de ilustrações, gráficos, tabelas, etc. Assim, a cenografia com seus elementos – cores, formas, objetos, enquadramentos e grafismos, entre outros – trabalha junto com as demais áreas técnicas para dar este caráter de gênero informativo aos telejornais (CARDOSO, 2009).

Atualmente, ainda conforme Cardoso (2009), o cenário no telejornalismo pode ir do naturalismo das redações aos espaços inexistentes do “mundo virtual”. Citando Machado (2000)¹³, o autor afirma que o espaço cenográfico do telejornal pode ser compreendido como um espaço de mediação, onde uma das principais características é a cena do apresentador em primeiro plano falando diretamente com a câmera, enquanto a imagem que corresponde à sua fala aparece ao fundo, projetada por monitores ou inserida por *chromakey* – ou ainda, um repórter tendo como fundo cenográfico o próprio acontecimento ao qual se refere, enquanto gráficos e textos inseridos na imagem datam, situam e contextualizam o evento.

Destaca-se a questão da neutralidade do espaço cênico nesse gênero, uma vez que um fundo neutro acaba sendo a segurança da não interferência, por parte de elementos de composição da linguagem do sistema, na informação e, conseqüentemente, na sua compreensão. No entanto, hoje em dia, os cenários estão com mais movimento, tornando-se dinâmicos e fazendo com que a redação como elemento cenográfico acabe sendo inserida no espaço de mediação para esse dinamismo. Estes “cenários vivos” ou em movimento

¹² Entre 2002 e 2004, a base do cenário do “Fantástico” repetiu-se, mas mudanças radicais aconteceram: passou-se a exibir um feixe gigantesco mostrando a logomarca do programa se movimentando dentro de uma nave, a qual possuía partes reais como a tela, duas mini-bancadas, cadeiras e um piso circular. No começo de 2005, as partes reais tornaram-se prioridades: várias paredes, pisos e algumas poltronas destacaram-se, embora o *chromakey* continuasse em cena por conta da exibição de diversos assuntos. Em setembro de 2007, a cenografia passou a se estruturar a partir de uma montagem de texturas e transparência de acrílico, com elementos que remetiam ao dadaísmo, concretismo e cultura *pop*; e, em agosto de 2008, o programa sofreu reformulações com a inclusão de recursos tecnológicos de interação através de um painel *multitouch*. Por fim, entre 2013 e 2014, o cenário do “Fantástico” mudou completamente, tendo seu espaço ampliado e a tecnologia enfatizada, com direito a gruas e telões de nova geração, ao mesmo tempo em que várias pequenas árvores passaram a preencher o ambiente nas partes geométricas. O espaço cênico também passou a ser integrado à redação onde os jornalistas trabalham no dia-a-dia, assim como foram associadas salas de reunião e café, junto a sofás, tapetes e telas multicoloridas (FANTÁSTICO, 2014; LIMA E SILVA, 2014).

¹³ MACHADO, A. **A televisão levada a sério**. São Paulo: Senac, 2000

passam, em alguns momentos, para o primeiro plano, disputando com a figura o espaço no local de mediação (CARDOSO, 2009).

De acordo com o mesmo autor, considerando os elementos que fazem parte da cenografia de um programa jornalístico, juntamente com a composição do texto falado, o cenário, quando passa a estabelecer relação com outros elementos da cena, perde a neutralidade que o telejornalismo sugere. Neste caso, o espaço passa a ser não somente de mediação, mas de composição do sistema.

Os signos visuais se articulam com os verbais e sonoros de tal forma que se torna impossível não só saber em que ponto começa um e quando termina o outro, como também perceber onde está o significado, onde está a notícia transmitida (CARDOSO, 2009, p. 128).

Deste modo, o cenógrafo deve pensar em cada elemento compositivo do cenário dentro das relações que este pode estabelecer com outros componentes do texto. São vários os elementos que compõem a cenografia de um telejornal, podendo citar entre eles: a bancada jornalística; os mobiliários (assentos, suportes e pedestais); o fundo em *chromakey* com logos e grafismos ou imagens; a superposição por computação gráfica de textos, tabelas e gráficos; a iluminação, as cores e o figurino, além dos enquadramentos e movimentos de câmera junto ao espaço que os apresentadores se movimentam. Para que todos estes elementos comuniquem ao espectador de forma efetiva, é preciso que a composição da cenografia esteja harmônica e que eles estejam inter-relacionados (CARDOSO, 2009).

Como afirma Risson (2014), são vários os elementos que compõem a cenografia de um programa jornalístico, sendo a sua principal função a de comunicar através da mensagem visual do telejornal, expressando o estilo e reforçando a identidade do programa. Entretanto, acima de tudo, tem como função principal divulgar informações capazes de comunicar algo ao espectador de forma clara e objetiva. Sens et Pereira (2014) ressaltam que a cor contribui para a construção formal e percepção espacial de todas as mensagens televisivas. Com o surgimento da televisão em cores, o aspecto cromático passou a participar tanto do reconhecimento quanto da atribuição de valores e significados aos programas, transformando-se em um dos mais importantes elementos para os comunicadores visuais na composição das imagens. Alexandre Arrabal, gerente de arte da TV Globo, diz que a cor corresponde a um dos principais meios de diferenciação entre um telejornal, já que a sua paleta de cores predominante geralmente é definida de acordo com a linha editorial adotada (ARRABAL, 2021).

Um exemplo disso é a predominância da cor azul no cenário do *Jornal Nacional* (JN), que é um dos programas mais representativos da Rede Globo, o qual entra ao ar no período noturno. Segundo Cardoso (2009), este matiz e suas tonalidades embebem a cena com as

qualidades fundamentais para a imagem do telejornal, a saber: confiança, verdade e seriedade. Isto porque é comum a associação da cor azul com o céu, o que desperta qualidades de sentimento como: verdade, paz e serenidade, além de reafirmar confiabilidade; um sentimento com certa profundidade.

Por outro lado, o *Jornal Hoje* – outro carro-chefe da mesma emissora – é um telejornal transmitido ao meio dia e, portanto, tem um público-alvo diferente, com abordagem mais coloquial, apresentando temas que tratam de comportamento, qualidade de vida, moda, estilo e beleza, entre outros, além das notícias do dia. Com isto, sua palheta de cores é formada por amarelo, laranja e azul, que, segundo Risson (2014), são cores que trazem leveza e equilíbrio ao programa, assim como têm uma identificação direta com o telejornal (Figura 07).

FIGURA 07 – CENÁRIOS DOS TELEJORNALIS “JORNAL NACIONAL” E “JORNAL HOJE”.



FONTE: MEMÓRIA GLOBO (2022) | METRÓPOLES (2019).

Outro elemento importante a ser analisado refere-se à presença ou não da redação do jornal como parte do cenário. A imagem dos jornalistas trabalhando em função do telejornal demonstra busca pela informação e traz legitimidade, dinamismo e movimento. Assim, imprime-se imediatismo da notícia na cena. A intenção é despertar no público a sensação de que a informação vai ao ar no local onde ela nasce; de que a edição e o preparo da notícia são simultâneos à apresentação (CARDOSO, 2009). Nestes termos, Arrabal (2021) afirma que, ao projetar o novo cenário para o JN em 2000, tinha como objetivo aproximar a estética

do telejornal ao dinamismo da notícia. Atualmente, o estúdio principal do JN encontra-se no centro da redação, que possui 189 postos de trabalho e cerca de 1.370 m² de área de trabalho.

Além do tratamento cromático e da presença ou não da redação, as bancadas correspondem a outro elemento básico e muito frequente na composição cenográfica de telejornais. De acordo com Risson (2014), elas são simbolicamente o lugar onde os apresentadores comandam o telejornal, servindo como um elemento de divisão e indicando que quem está atrás delas têm o poder de informar. Além disso, são usadas como apoio para computadores e demais materiais de trabalho. Assim como os demais móveis presentes no cenário, as bancadas são componentes de grande importância no *layout* de cena, pois seu formato, cores e texturas fazem parte do conjunto cênico (Figura 08)¹⁴.

FIGURA 08 – EVOLUÇÃO DOS CENÁRIOS DO TELEJORNAL “JORNAL HOJE”.



FONTE: RISSON (2014).

Os telões também são elementos característicos do gênero, servindo de apoio, uma vez que é nas telas que aparecem ilustrações, imagens, infográficos e mapas, entre outros videografismos¹⁵, os quais auxiliam na transmissão das notícias, inclusive a logo dos telejornais e imagens que ajudam na identificação do programa. A utilização da técnica de *chromakey* (Figura 09) é bastante comum nos cenários de jornais televisivos e corresponde a uma tela inteiramente verde ou azul destinada ao cenário digital e/ou imagens inseridas na

¹⁴ Risson (2014) apresenta a evolução da cenografia do telejornal *Jornal Hoje*, destacando como a bancada do programa transformou-se no decorrer do tempo. Em 2001, o cenário trazia fortes referências a cubos, desde as bancadas até as vinhetas, que utilizam o formato cúbico na sua apresentação. Já em 2006, o telejornal passou a explorar o metal, apresentando uma bancada com um visual mais arrojado de forma côncava e as laterais arredondadas. Por sua vez, em 2014, a bancada passou a ter da mesma tonalidade do restante do cenário, ou seja, um tom de branco com uso de transparências.

¹⁵ Os videografismos aparecem também integrados à cenografia [...] para suporte de elementos identitários e informativos relacionados ao programa. Apresentam marcas, animações, infográficos, menus e outras expressões audiovisuais sobre estruturas e painéis físicos, virtuais, eletrônicos e/ou interativos (SENS et PEREIRA, 2014, p. 9).

pós-produção. Também conhecido como sobreposição por separação de Cores, o *chroma-key* é um tipo de tesoura eletrônica que recorta todas as partes que não se deseje de uma imagem – em verdes ou azuis – e sobrepõe a restante em outra figura. A imagem do plano de fundo pode vir de qualquer fonte, inclusive um cenário real que contenha profundidade; e o plano de frente pode ser qualquer coisa ou pessoa que não contenha a mesma cor da filtragem: verde ou azul pintado, iluminado ou em papel¹⁶ (WATTS, 1990).

FIGURA 09 – CENÁRIOS EM CHROMAKEY.



FONTE: TV GAZETA (2014).

Atualmente, no *Jornal Nacional* (JN), o telão é composto por um grande cilindro de vidro que fica ao redor do estúdio cenográfico, podendo este ser transparente ou opaco quando recebe projeções. Atrás deste volume envidraçado, há uma projeção em led e outra sobre o vidro que, com as luzes de realidade aumentada, permitem até três camadas de imagens tridimensionais que se complementam, o que aumenta ainda mais a sensação de dinamismo e atualidade em cena (Figura 10).

¹⁶ Geralmente, para se dar maior realismo à cena, objetos cênicos que combinem com o plano de fundo são selecionados. Caso se queira fazer a pessoa parecer bem pequena em relação à imagem de fundo, pode ser necessário tomar um plano geral dela, um plano que cubra muito mais do estúdio do que seria praticável pintar de verde ou azul. Nestes casos, é possível colocar uma moldura colorida – a qual é chamada de *máscara* – na frente da câmera, a fim de limitar a área do estúdio que a câmera pode cobrir. De acordo com Watts (1990), o *chromakey* é um processo que consome grande parte do tempo, mas seu resultado vale o esforço.

FIGURA 10 – TELÃO DO JORNAL NACIONAL (JN).

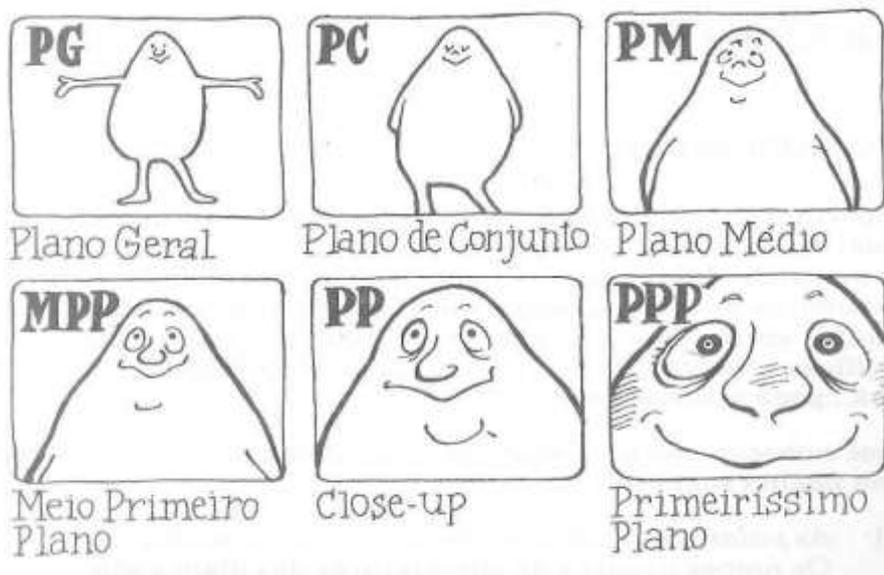


FONTE: TV GLOBO (2018).

Para finalizar, destaca-se três elementos que desempenham papel importante quando se trabalha com cenografia televisiva: os tipos de planos ou tomadas de filmagem; a iluminação e o uso de microfones. Em relação aos primeiros, é fundamental saber distingui-los, os quais são comumente divididos em: *Plano Geral* (PG), *Plano de Conjunto* (PC), *Plano Médio* (PM), *Meio Primeiro Plano* (MPP), *Primeiro Plano* ou *Close-Up* (PP) e *Primeiríssimo Plano* (PPP). Também existe o *Grande Plano Geral* (GPG) que, como o próprio nome diz, é mais abrangente que o PG. Estes tipos de planos variam ligeiramente de um lugar para outro e mudam com o passar do tempo, de acordo com o estilo de filmagem adotado para determinado programa de TV (Figura 11).

O Plano Geral mostra a pessoa inteira e também propicia aos espectadores a oportunidade de observarem algo do cenário de fundo. O Plano de Conjunto corta o corpo na altura dos joelhos [e o] Plano Médio corta imediatamente abaixo dos cotovelos e é ótimo para as tomadas de introdução em entrevistas [...] O Meio Primeiro Plano enquadra logo abaixo dos ombros e é fechado o bastante para mostrar detalhes de rosto, sem chegar a ser intruso. Este é o padrão de conforto visual para as entrevistas, nas telas pequenas dos televisores. Com o *close-up* (enquadra na altura da gola), o plano torna-se íntimo [...]. Com o Primeiríssimo Plano, a sensação de intimidade e confrontação física fica ainda mais forte, esse é um recurso do diretor para causar impacto (WATTS, 1990, p. 158-9).

FIGURA 11 – TIPOS DE PLANOS OU TOMADAS DE FILMAGEM NA TV.



FONTE: WATTS (1990).

Quanto à iluminação em estúdio, esta precisa ser planejada em detalhes porque não haverá tempo de tornar a modificá-la a cada tomada-de-cena. Conforme Watts (1990), entrevistas são normalmente iluminadas usando-se: uma luz principal (*dura*) para relevar características faciais; uma luz complementar (*soft*) para elevar o nível de iluminação no lado do rosto mais afastado da luz principal; e uma contraluz (*dura*) para dar profundidade e acrescentar brilho aos cabelos. Isto também é aplicado no caso de telejornais com bancada, porém, se os apresentadores ficam de pé, é importante mantê-los afastados das paredes de fundo e objetos dependurados, além de reservar espaço para microfones omnidirecionais.

Aliás, já com relação ao uso de microfones, estes são denominados “omnidirecionais” quando captam sons de todos os lados e geralmente são dispostos no alto da cena. Aqueles que captam sons vindos da frente e de trás são chamados de direcionais, sendo mais utilizados fora do estúdio, em especial por excluïrem ruídos indesejáveis. Já o microfone de lapela – também conhecido por *lavalier*, palavra que veio do nome da Madame Louise de la Vallière (1644-1710); uma dama da Corte francesa que foi amante do rei Luís XIV (1638-1715) e se tornou famosa devido às suas joias próprias para o pescoço – é ótimo para entrevistas paradas, mas pode captar ruídos de roupas, se seu portador se movimentar demais. Por fim, há os microfones de mão ou cardióides, que são ideais para filmagens externas ou em auditórios; e aqueles sem fio ou de ponto, os quais dão maior liberdade de movimento tanto para uso em estúdio ou não (WATTS, 1990).

5. MATERIAIS E MÉTODOS

Esta pesquisa em iniciação tecnológica e inovação tem caráter descritivo-exploratório e cunho teórico-conceitual, tendo sido desenvolvida por meio de revisão de textos publicados, tanto impressos quanto em meio digital, de modo a identificar, descrever e ilustrar as principais componentes cenotécnicas do espaço cênico desenvolvido para programas telejornalísticos. Em suma, seguiu as seguintes etapas:

- a) *Revisão Bibliográfica e Coleta de Dados*: Esta etapa baseou-se na pesquisa web e bibliográfica, que consistiu na seleção e síntese de fontes relacionadas às principais questões a respeito da cenotecnia televisiva desenvolvida no Brasil e seus elementos fundamentais;
- b) *Seleção e Descrição de Obras*: Esta etapa envolve a identificação, descrição e ilustração de 01 (um) espaço cênico televisivo, de âmbito local, o qual possui materiais e informações suficientes para análise, seja em meios bibliográficos como eletrônicos;
- c) *Análise e Avaliação de Caso*: Aqui, foi feita a análise descritiva e reflexão crítica a respeito de 01 (uma) proposta cenográfica de um telejornal, que está apresentado no capítulo sobre resultados e discussão, de modo a observar seus elementos cenotécnicos e formas de criação e execução da cenografia em um estúdio de televisão;
- d) *Conclusão e Redação Final*: O fechamento desta pesquisa dar-se-á através da elaboração deste Relatório Final de Pesquisa, além de material expositivo por ocasião do EVENTO DE INICIAÇÃO TECNOLÓGICA E INOVAÇÃO – EVINTI da UFPR, previsto para acontecer em outubro de 2023.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir da introdução e revisão teórica que foi feita na primeira etapa desta pesquisa, na qual se buscou apresentar os conceitos atuais de cenografia e cenotecnia aplicados à esfera televisiva, especificamente em programas de telejornalismo, bem como os principais elementos, recursos cenotécnicos, técnicas de montagem e funcionamento dos cenários, foi possível constatar a preponderância que os fatores visuais têm em um programa de TV. Isto vale ainda mais ao saber que a televisão é um meio de comunicação em massa e, ao levar em conta que o principal objetivo de um telejornal é trazer a informação jornalística aos telespectadores, a cenografia e o *design* televisivo devem ser compreendidos, dentro desse espaço, como agentes comunicadores, devido à sua capacidade de transmitir significados.

Para exemplificar e ilustrar a aplicação dos recursos cenotécnicos em âmbito televisivo, optou-se pelo estudo de caso do estúdio dos 03 (três) programas jornalísticos da Rede Paranaense de Comunicação – RPC TV, a saber: o “Bom Dia Paraná”, “Meio Dia Paraná” e o “Boa Noite Paraná” (Figura 12). Filiada à TV Globo, a RPC TV é uma emissora de televisão paranaense sediada em Curitiba PR e pertencente ao Grupo Paranaense de Comunicação. Conta com uma infraestrutura tecnológica avançada, o que permite uma ampla cobertura e alcance de 98% dos telespectadores potenciais em diversas cidades paranaenses, como: Curitiba, Londrina, Maringá, Cascavel e Foz do Iguaçu, entre outras.

FIGURA 12 – CENOGRAFIA DOS TELEJORNALS DIÁRIOS DA RPC (CURITIBA PR).



FONTE: PORTAL G1 (2023).

A emissora oferece uma programação mista, com conteúdo local e nacional da TV Globo, atendendo aos interesses de toda a população paranaense. Um dos destaques são seus programas jornalísticos, os quais desempenham um papel importante na divulgação das principais notícias e acontecimentos no Estado do Paraná. Exibidos pela rede nos horários destinados aos noticiários locais das emissoras da TV Globo, os 03 (três) telejornais diários – “Bom Dia Paraná”, “Meio Dia Paraná” e “Boa Noite Paraná” – duram aproximadamente 1h20min (uma hora e vinte minutos) e possuem como enfoque principal a ideia de oferecer ao telespectador um resumo das principais notícias que serão discutidas no dia, além de entradas ao vivo, informações sobre o trânsito, previsão do tempo e eventuais entrevistas, além da participação e interação com o público espectador.

FIGURA 13 – LOCALIZAÇÃO URBANA DA SEDE DA RPC (CURITIBA PR).



FONTE: GOOGLE MAPS (2023; adaptada).

Transmitidos de um mesmo estúdio localizado na sede da RPC, à rua Mamoré, n. 753, no bairro Mercês (Figura 13), esses telejornais tiveram seu cenário redefinido em 2018, mantendo-se o mesmo até hoje. De acordo com o atual gerente de operações da RPC TV Alexander de Marco (2023) – jornalista com pós graduação em cinema e vídeo e mais de 35 anos de experiência na emissora – em diálogo durante a visita técnica realizada ao estúdio, tal cenário segue o “Padrão Globo de Qualidade” com elementos que são comuns a todas as emissoras filiais da rede. Por se tratar de uma mesma emissora, há padrões visuais, técnicos e operacionais que devem ser alinhados em todas as TVs afiliadas. Até o início de 2006, havia 119 emissoras espalhadas de norte a sul do país – número que atualmente é de 123, de acordo com o Atlas de Cobertura da Globo (2023) – e para que esse padrão fosse respeitado por todas, definiu-se regras gerais similares¹⁷.

Quanto ao aparato visual e cenográfico, conforme Renato Munhoz – gerente de arte da EPTV; afiliada de Campinas SP –, a Globo adota uma pesquisa tanto iconográfica quanto estilística, cujo grafismo deve ser seguido pelas demais filiais, assim como a forma de exibir e iluminar os cenários. Em geral, é feito um estudo inicial, o qual resolve as questões a serem aplicadas à realidade de cada região, de acordo com o tamanho dos estúdios, à dinâmica do jornal, os recursos disponíveis, etc. Nas primeiras transformações, o fluxo das trocas de cenário acontecia a partir da TV Globo para as suas afiliadas, cuja referência era mais clara,

¹⁷ Apesar do padrão Globo ser constituído por um conjunto de muitos modelos, porque cada programa tem um formato específico, existem regras que valem para todas as emissoras regionais afiliadas, as quais precisam se enquadrar ao chamado “Padrão Globo de Qualidade”, ou seja, devem respeitar padrões técnicos, visuais e operacionais da rede-mãe (PACHLER, 2006).

fazendo com que os cenários se espelhassem, mas atualmente as regiões vêm ganhando elementos autênticos, embora sempre mantendo a identidade (TEIXEIRA, 2019).

Deste modo, tanto nos cenários de telejornais de outras filiais da rede Globo quanto nos da RPC TV, pode-se observar alguns elementos em comum, sendo possível analisar a partir deles como a cenografia pode interferir no modo de transmitir a notícia (Figura 14). Tais elementos seriam referentes ao emprego dos cenários *Glass Studio*, telas para apresentação de informações gráficas e luzes LED que alteram facilmente a tonalidade das cores; além de uma bancada pequena e móvel sobre uma plataforma de delimitação do espaço. Paralelamente, pode-se perceber a semelhança dos revestimentos de parede e piso quanto às suas cores e texturas.

FIGURA 14 – CENOGRRAFIA DO TELEJORNAL REGIONAL “BOM DIA RIO”.



FONTE: MEMÓRIA GLOBO (2023).

FIGURA 15 – VISTA DO ESTÚDIO COMPLETO DA RPC (CURITIBA PR).



FONTE: PORTAL G1 (2023).

No caso específico da emissora da capital paranaense, em uma sala medindo aproximadamente 4 m de largura por 8 m de comprimento e com pé-direito de cerca de 3,5 m, o estúdio da RPC possui 02 (dois) cenários iguais e espelhados, nos quais acontecem a transmissão dos programas, além da parte operacional das câmeras, situada no espaço intermediário entre ambos cenários (Figuras 15 e 16). O local não tem as proporções convencionais de um estúdio de televisão, podendo ser considerado pequeno em comparação ao demais, pois foi adaptado aos recursos disponíveis na emissora e devido à priorização de outros fatores para a escolha do espaço.

FIGURA 16 – LAYOUT EM PLANTA DO ESPAÇO CÊNICO DA RPC (CURITIBA PR).



FONTE: AUTORA (2023).

O estúdio faz uso do chamado *Glass Studio*, que consiste em uma área definida por paredes de vidros, o que vem sendo recorrente na criação de cenários de telejornais nos últimos anos. Assim como nos estúdios de outras filiais da Rede Globo, como a RJTV (Figura 14), o espaço cênico da RPC TV apresenta duas paredes envidraçadas, sendo que uma delas possibilita um cenário com vista panorâmica da cidade e a outra é voltada para a redação de jornalismo, seguindo um padrão similar ao *Jornal Nacional*. Usualmente, os telejornais diurnos – “Bom Dia Paraná” e “Meio Dia Paraná” – acontecem no cenário com sua janela voltada para cidade, enquanto o telejornal noturno “Boa Noite Paraná”, que vai ao ar a partir das 19h10min, faz uso do cenário voltado para a redação.

Em entrevista, Alexander de Marco (2023) afirma que, com a demanda pelo *Glass Studio*, a escolha do melhor lugar para o cenário levou em consideração um espaço em que a redação do jornal pudesse compor a cenografia em segundo plano e também a orientação sul da fachada escolhida para ser alocada a abertura. Esta foi feita por dois motivos: para evitar a entrada de luz solar direta, o que dificultaria a captura e o tratamento de imagem do telejornal; e para possibilitar uma visão próxima da cidade ao fundo. O estúdio está localizado no primeiro andar da sede da RPC, cujo prédio encontra-se no alto de uma região com uma topografia consideravelmente acentuada, o que possibilita uma vista panorâmica da cidade.

Ainda segundo ele, se tivesse sido escolhida a fachada leste para essa abertura, apareceria a vista da região do Centro Histórico de Curitiba, além dos bairros Juvevê e Jardim Botânico, porém seria um plano muito distante, dificultando o enquadramento a ser feito pela câmera e ficando visível apenas uma linha no horizonte objetivo. Desta forma, com a escolha da abertura para a fachada sul, aparecem um pinheiro do Paraná, a torre de uma igreja e duas edificações altas que se sobressaem ao alinhamento das casas na região, sendo este um recurso para trazer elementos de referência da cidade aos telespectadores (Figura 17).

FIGURA 17 – VISTA DO *GLASS STUDIO* DA RPC (CURITIBA PR).



FONTE: AUTORA (2023).

Conforme a entrevista do projetista desse recurso, Alexander de Marco (2023), um dos pontos mais importantes sobre o funcionamento deste tipo de estúdio refere-se ao controle da intensidade e da refletância da luz natural. Para evitar problemas com a captura da imagem pela câmera, o estúdio possui 04 (quatro) filtros instalados paralelamente ao vidro, os quais estão presos através de um sistema de roldanas que permite a escolha daqueles que vão ser utilizados de acordo com a luz incidente em determinados dias, permitindo maior agilidade para as trocas. Tais filtros são capazes de corrigir cor, intensidade de luz e nitidez da imagem

ao fundo. Ao lado do estúdio, há uma sala de operações, com uma abertura na parede que possibilita que os filtros sejam guardados enquanto não estiverem sendo usados. Além disto, tanto o vidro quanto os filtros são instalados com uma pequena inclinação; uma estratégia empregada para se evitar o reflexo dos elementos do cenário do vidro (Figura 18).

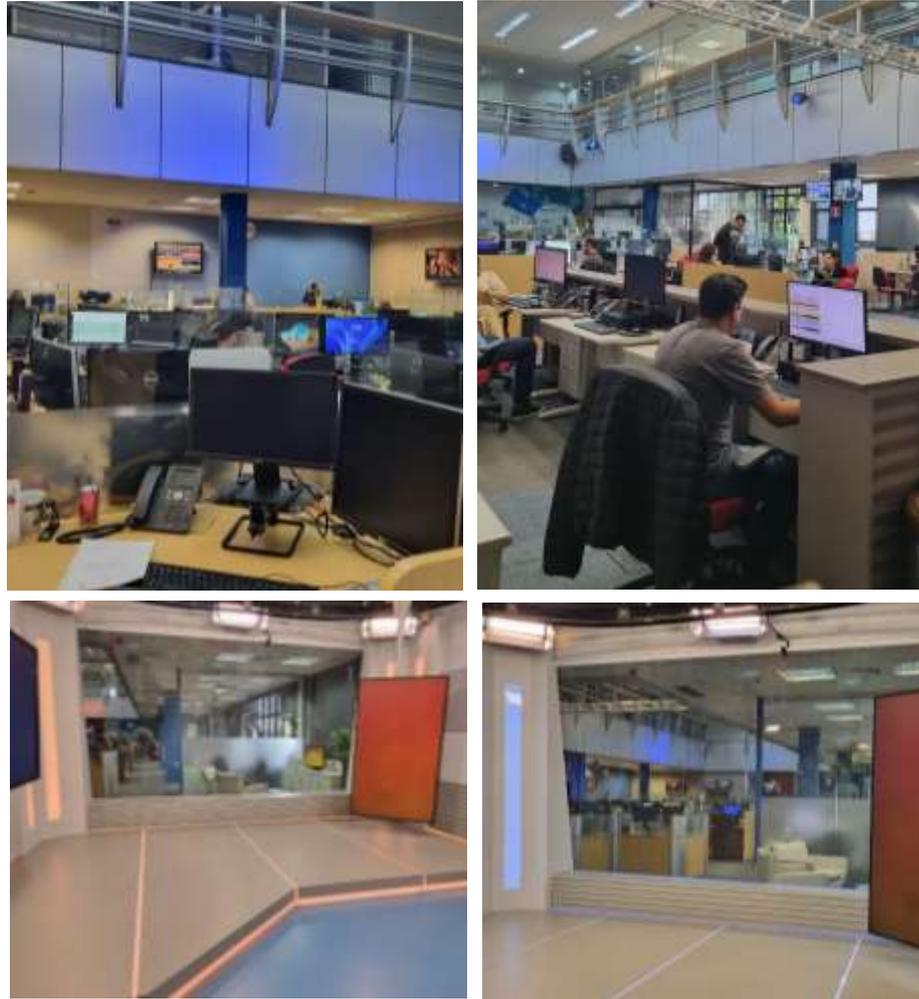
FIGURA 18 – CENOTECNIA EMPREGADA NO GLASS STUDIO DA RPC.



FONTE: AUTORA (2023).

Destaca-se que os aparatos cenotécnicos empregados na cenografia do telejornal estendem-se além do espaço do estúdio. Por aparecer como plano de fundo, a redação do jornalismo possui vários elementos que convergem para a estética do cenário, como, por exemplo, as texturas dos revestimentos, os mobiliários e as cores presentes no ambiente. Além disto, a redação também conta com uma iluminação cenográfica em fitas de LED e luzes refletidas nas paredes, seguindo o mesmo padrão de cores do estúdio (Figura 19).

FIGURA 19 – VISTAS DO AMBIENTE DA REDAÇÃO DE JORNALISMO E DO SEU ENQUADRAMENTO A PARTIR DO ESTÚDIO DA RPC.



FONTE: AUTORA (2023).

FIGURA 20 – EXIBIÇÃO EM *GLASS STUDIO* NA PREVISÃO DO TEMPO PELA RPC.



FONTE: PORTAL G1 (2023).

O *layout* da redação foi projetado em favor da funcionalidade do espaço e do que vai ser visto pelo telespectador. Com isto, pode-se notar que logo após a parede de vidro que delimita o espaço do estúdio, há um pequeno espaço de estar, com uma mesa pequena de canto e duas poltronas voltadas para uma tela, a qual está sempre transmitindo a logo do telejornal (Figura 19). Este espaço dificilmente é usado, no entanto, foi planejado para que ninguém trabalhasse tão próximo à parede de vidro do estúdio. Outro detalhe que procura garantir maior privacidade aos funcionários enquanto o jornal vai ao ar é a presença dos vidros esfumados ao redor das bancadas, os quais servem para delimitar seus espaços.

Além de servir como pano-de-fundo dos telejornais, o vidro que delimita o estúdio é usado em algumas ocasiões para a reprodução de grafismos inseridos na pós-produção, como, por exemplo, na previsão do tempo (Figura 20). Com este mesmo fim, os cenários apresentam 02 (duas) telas de televisão LED, as quais são utilizadas nos momentos em que haja a exibição de outros infográficos que se façam necessários, de acordo com a reportagem. Por sua vez, estas são presas ao teto por um mecanismo que possibilita sua circulação por todo espaço cênico, tendo também na parte de trás um dispositivo que permite seu giro, de modo que possam ser usadas tanto na posição vertical quanto horizontal (Figura 21).

FIGURA 21 – USO DAS TELAS DE TV NO CENÁRIO DO “MEIO DIA PARANÁ” PELA RPC.



FONTE: PORTAL G1 (2023)

Outro elemento relevante da cenografia dos telejornais da RPC diz respeito às cores e tonalidades das luzes LED presentes nos cenários. Assim como acontece nos demais programas jornalísticos da Rede Globo, a paleta de cores faz referência ao período do dia em que o jornal é exibido, sendo evidente que naqueles diurnos a tonalidade é mais quente, com o uso da cor amarela e laranja; e no jornal noturno há o predomínio de tons frios de matiz azul (Figura 22). Esta estratégia prática em cenotecnia poupa tempo e recursos empregados para

diferenciar visualmente os telejornais, além de proporcionar entendimento de profundidade com as linhas de led marcando as linhas e formas do cenário.

FIGURA 22 – USO DE LUZES E CORES QUENTES EM TELEJORNAL DIURNOS E DE TONALIDADES AZULADAS PARA TELEJORNAL NOTURNO DA RPC.



FONTE: PORTAL G1 (2023).

De acordo com Alexander de Marco (2023), os cenários atuais para telejornais devem conter recursos que promovam a percepção de tridimensionalidade do espaço. Uma imagem tem duas dimensões – altura e largura – e, através do tratamento de luz, a presença de ângulos e linhas diagonais nas formas dos elementos juntamente com a movimentação dos jornalistas e dos operadores de câmera contribui para a compreensão de uma terceira dimensão no espaço: a profundidade. A iluminação no cenário da RPC é composta por lâmpadas fixadas no teto, fazendo uso da luz principal e uma luz complementar (*soft*), bem como uma contra-luz para dar profundidade à cena, afinal, o controle da luz e sombra é fundamental para a percepção de tridimensionalidade. Além disso, pequenos detalhes podem contribuir com esse objetivo, como o revestimento das paredes laterais, o qual possui propriedades reflexivas. Quando estão ligadas as linhas de LED na plataforma, essa luz é refletida pela parede, o que visto pela câmera, dando a ilusão de um cenário maior do que realmente ele é (Figura 23).

FIGURA 23 – REVESTIMENTO DA PAREDE LATERAL



FONTE: AUTORA (2023)

Por sua vez, a bancada é outro item característico que está presente na cenografia dos programas telejornalísticos, sendo geralmente de pequenas dimensões e facilmente removível ou transportada. Utilizada como apoio para os apresentadores, nos cenários analisados da RPC, ela tem formato prismático e não está presente o tempo todo, possuindo uma altura para ser utilizada pelo(a) apresentador(a) em pé. Em matéria redigida para o *site* da Rede Globo, o gerente de arte Renato Munhoz destaca que, quando quem lê a notícia sai de trás da bancada, ele não tem nenhum anteparo visual entre ele e quem está em casa: os telespectadores veem o(a) apresentador(a) de corpo inteiro, o que aumenta a relação entre quem dá a notícia e quem a recebe (TEIXEIRA, 2019). Ademais, os apresentadores podem

transitar pelo espaço, passando as bancadas a serem apenas coadjuvantes e tornando o noticiário mais dinâmico, uma vez que os âncoras podem transmitir a notícia em qualquer ponto do cenário.

FIGURA 24 – VISTA DA BANCADA E PISO ELEVADO NO ESTÚDIO DA RPC.



FONTE: NEGÓCIOS RPC (2021).

Outro elemento importante do cenário analisado refere-se ao piso, o qual consiste em uma plataforma de 20 cm de altura, com uma tonalidade neutra e dividida por faixas com iluminação LED. Isto forma uma estrutura de linhas retas e traçado geométrico, o que delimita racionalmente o espaço disponível aos apresentadores e também facilita o planejamento do enquadramento desejado aos responsáveis pela filmagem dos programas (Figura 24). Neste cenário específico, a plataforma possui um “dente”, o que faz com que, ao invés da linha seguir reta por toda a largura do cenário, produz uma quebra no meio que, segundo Alexander de Marco (2023), foi pensada para proporcionar a percepção de tridimensionalidade no espaço. Além disto, o piso abaixo do nível da plataforma possui a cor azul, que, assim como a verde na escala cromática, permite maior facilidade para a inserção de imagens na pós-produção, seguindo o mesmo princípio do *chroma key*.

Finalizando, há todo um aparato cenotécnico por trás das câmeras que possibilita a transmissão com qualidade. No estúdio da RPC analisado nesta pesquisa, o espaço central é dedicado à movimentação das câmeras e maquinários necessários para a filmagem e acompanhamento dos telejornais (Figura 25). No teto, estão posicionados os refletores LED responsáveis pela iluminação da cena, bem como os captadores de áudio, além de telas que

cronometram o tempo que falta para os programas entrarem ao ar e imagens que auxiliam o âncora durante a apresentação do jornal.

FIGURA 26 – VISTA DOS BASTIDORES DO ESTÚDIO DA RPC (CURITIBA PR).



FONTE: PORTAL G1 (2023).

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o desenvolvimento desta pesquisa em iniciação tecnológica e inovação foi possível ter contato, aprender e descrever como ocorre o processo de criação de uma cenografia televisiva, assim como perceber e constatar as transformações que podem ocorrer nos espaços cênicos, além de como o projeto desenvolvido impacta diretamente na percepção do espaço pelos telespectadores. Com o enfoque para os programas telejornalísticos, onde a imagem é vista como algo de grande importância devido ao seu caráter testemunhal, os recursos audiovisuais possibilitam trazer maior realidade a esta transmissão de informações. Considerando esta preponderância que os fatores visuais têm em um programa televisivo e tendo em vista o objetivo principal de um telejornal em trazer a informação aos telespectadores, a cenografia e o *design* televisivo podem ser compreendidos, dentro deste espaço, como verdadeiros agentes comunicadores. Ademais, com a melhoria da imagem transmitida e os avanços tecnológicos dos recursos cenotécnicos, a cenografia televisiva vem ganhando cada vez mais importância neste meio de comunicação.

Assim como em outras áreas, o cenógrafo deve pensar em cada elemento compositivo do cenário de modo a atender as necessidades apresentadas pelo programa. A fim de ilustrar tais percepções, o estudo de caso realizado permitiu notar como a cenografia deve levar em conta a linha editorial do telejornal, uma vez que é capaz de interferir na dinâmica deste. Um dos exemplos mais claros disto refere-se ao uso da paleta de cores quentes para os telejornais diurnos e tons mais frios para aqueles noturnos, além da questão dos padrões do telejornalismo apresentado pela Rede Globo, em que os jornais remetem à cor do céu em determinados momentos do dia, interferindo assim em como a notícia irá ser recebida pelo público. Os telejornais diurnos apresentam uma postura mais coloquial, ao mesmo tempo em que as notícias do dia apresentam assuntos relacionados à qualidade de vida, moda e beleza, empregando cores claras que trazem a percepção de leveza e equilíbrio. Já no caso de telejornais que vão ao ar no período noturno, há uma predominância da cor azul e suas tonalidades, intensificando a sensação de confiança e serenidade.

Juntamente com estas características cênicas, há a presença de outro elemento recorrente nesses tipos de cenários de TV que é a visão desobstruída da redação de telejornalismo ao fundo da cena. Por meio desta estratégia cenográfica adotada por muitos telejornais, inclusive pelo “Boa Noite Paraná” da RPC, a representação da busca incessante por informações traz maior legitimidade, dinamismo e movimento ao programa, influenciando o público com a sensação de imediatismo da informação, já que a edição e a busca pela notícia acontecem ao mesmo tempo que a sua apresentação.

Outro elemento característico do telejornalismo corresponde à utilização da bancada, a qual apresenta um significado de maior interlocução e seriedade. Mesmo em estratégias coloquiais e contemporâneas como a apresentada no estudo de caso, ela se mantém de maneira sutil, funcionando como um anteparo ao trabalho do(a) jornalista e apresentador(a) que, sem se prender a ela, torna-se capaz de circular pelo cenário e fazer uso de diferentes enquadramentos e equipamentos presentes no estúdio. Isto confere agilidade ao telejornal e remete maior credibilidade e intimidade junto aos telespectadores. Destaca-se que, em alguns casos, os apresentadores interagem com o público por meio de aplicativos e *tablets* em variadas posições, inclusive apoiados na bancada ou sentados no piso.

Além destes recursos, o cenógrafo deve levar em conta fatores como a iluminação, a sonoplastia, o emprego de telões e especialmente em cenários feitos para as telas e com o movimento das câmeras. Todo projeto cenográfico é delimitado de uma forma, seja o espaço disponível para a apresentação de uma peça, uma sala de desfile de moda ou um estádio que abriga um *show* musical, sendo que na cenografia televisiva existem as telas e seus possíveis enquadramentos. Tendo como base um estúdio de TV, tais cenários são feitos para serem capturados por uma câmera; e nada além deste espaço criado por meio de um gabarito vai

ao ar ou é percebido por aquele que assiste. Isto é de extrema importância para a cenografia de programas de TV, seja qual for seu gênero ou propósito.

Com a visita técnica feita ao estúdio dos programas de telejornais da Rede Paranaense de Comunicações foi possível constatar como todos esses elementos em conjunto constituem a cena, de modo neutro e natural, sem ter seus recursos técnicos notados pelo telespectador, que segundo Alexander de Marco - mediador da visita - é o objetivo do cenário proposto para aqueles programas. A experiência de visitar um estúdio e ver como se dá o processo de criação, aplicação desses elementos e ver a dinâmica de um programa transmitido ao vivo foi fundamental para a compreensão do tema da presente pesquisa.

Conclui-se que, em todas as áreas em que a cenografia se faz presente, o papel do(a) cenógrafo(a) é de fundamental importância, pois fica evidente a sua capacidade de interferência no modo de como uma história é contada e percebida pelo público. Entender esta relação de comunicação que a cenografia possibilita, assim como suas potencialidades e dificuldades, faz parte do trabalho profissional, o qual pôde ser explorado pela presente pesquisa que certamente possibilitará futuros desdobramentos.

8. REFERÊNCIAS

- ARRABAL, A. *Perfil* (2021). **Memória Globo**. Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/perfil/alexandre-arrabal/noticia/alexandre-arrabal.ghtml>. Acesso em: 14 jan. 2023.
- ATLAS DE COBERTURA DA GLOBO. Disponível em: <https://globoads.globo.com/atlas-de-cobertura/>. Acesso em: 10 ago. 2023.
- BAÚ DA TV. *TV Tupi – no 2º dia da TV, o 1º telejornal: Imagens do Dia* (2020). **YOUTUBE**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=U3XNnQW-WI8>. Acesso em: 06 dez. 2022.
- CARDOSO, J. **A cenografia virtual na televisão brasileira** (2007). Disponível em: <http://www.pucsp.br/~cimid/2com/05cardoso.htm>. Acesso em: 05 nov. 2022.
- CARDOSO, J. **Cenário televisivo: linguagens múltiplas fragmentadas**. São Paulo: Annablume, 2009.
- COHEN, D. R. **Cenografia para além do teatro**. Dissertação (Mestrado em Estética e História da Arte) – Interunidades da ECA/FAU/FFLCH, Universidade de São Paulo, São Paulo SP, 2007. Disponível em: <https://livros01.livrosgratis.com.br/cp026916.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2022.
- DE MARCO, A. **Gerente de operações da RPC TV** (Curitiba PR). Entrevista concedida à autora em 17 ago. 2023.
- DICIONÁRIO AURÉLIO. Rio de Janeiro: Positivo, Edição Especial, 2007.
- FANTÁSTICO. **Aberturas e bons tempos** (2014). Disponível em: <http://fantasticoaberturasebonstemplos.blogspot.com/2015/04/evolucao-dos-cenarios.html>. Acesso em: 10 dez. 2022.
- GUINSBURG, J.; FARIA, J. R.; LIMA, M. de. **Dicionário do teatro brasileiro: temas, formas e conceitos**. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- HOWARD, P. **O que é cenografia?** São Paulo: Sesc, 2015.

LIMA E SILVA, P. *Novo “Fantástico” será uma mistura de “JN” com “Fátima”* (2014). **VEJA**, 14 abr. 2014. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/novo-fantastico-sera-uma-mistura-de-jn-com-fatima/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

MANTOVANI, A. **Cenografia**. São Paulo: Ática, 1989.

MUKA. *História do telejornalismo no Brasil* (2014) **YOUTUBE**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Rs5Ht-NKXLw>. Acesso em: 06 dez. 2022.

MUSEU DA TV, Rádio & Cinema. **Imagens do Dia** (2004). Disponível em: <https://www.museudatv.com.br/programas/imagens-do-dia/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

NOSSA história. **Grpcom**. Disponível em: <<https://www.grpcom.com.br/nossa-historia/>> Acesso em: 10 ago. 2023.

PACHLER, L. C. **Televisões regionais: o processo de comunicação entre a Rede Globo e as afiliadas**. São Paulo: Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC/SP, 2006. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/4824/1/Lilian%20Cristina%20Pachler.pdf> . Acesso em: 10 ago. 2023.

RATTO, G. **Antitratado de cenografia: variações sobre o mesmo tema**. 2. ed. São Paulo; Senac, 2001.

RIBEIRO, A. P. G.; ROXO, M.; SACRAMENTO, I. **História da televisão no Brasil: do início aos dias de hoje**. São Paulo: Contexto: 2010.

RISSON, G. **Cenário televisivo: a estrutura cenográfica do jornal hoje na construção da notícia**. Passo Fundo RS: Monografia (Graduação em Jornalismo), Faculdade de Artes e Comunicação da Universidade de Passo Fundo RS, 2014. Disponível em: http://repositorio.upf.br/bitstream/riupf/465/1/PF2014Gisele_Risson.pdf. Acesso em: 14 jan. 2023.

RODRIGUES, R.; VELOSO, A.; MAELHA, O. **A cenografia nos noticiários televisivos em Portugal: evoluções e tendências**. Aveiro (Portugal): CETAC.MEDIA, Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, 2012.

ROSSI, B. **TV e WhatsApp são os canais de comunicação mais usados no Brasil** (2022). Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/tv-e-whatsapp-sao-os-canais-de-informacao-mais-usados-no-brasil/> Acesso em: 1º dez. 2022.

RTP Notícias. **Telejornal faz 62 anos** (2021). Disponível em: https://www.rtp.pt/noticias/pais/telejornal-faz-62-anos_v1356786. Acesso em: 06 dez. 2022.

SARAIVA, M. **A cenografia de informação televisiva em Portugal. Da sobriedade à espectacularidade das redacções**. Universidade do Porto. Cetac Media, 2011.

SARAIVA, M.; FERNANDES, S.; AZEVEDO, J. *O telejornal sob o olhar da cenografia: da experimentação à imagem de marca*. **COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**, v. 15, 2009. p. 149-162. Disponível em: <https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/1461/1441>. Acesso em: 05 nov. 2022.

SENS, A. L.; PEREIRA, A. T., C. P. *Design televisual: definições, funções e elementos*. **ESTUDOS EM DESIGN**, Rio de Janeiro RJ, v. 22, n. 2, 2014. p. 1-19. Disponível em: <https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/161/155>. Acesso em: 1º dez. 2022.

SERRONI, J. C. **Cenografia brasileira: notas de um cenógrafo**. São Paulo: Sesc São Paulo, 2013.

STASHEFF, E. *et alii*. **O programa de televisão: sua direção e produção**. São Paulo. EDUSP, 1978.

TEIXEIRA, P. **Como a evolução dos cenários dos telejornais da EPTV mudou a relação com o público em 40 anos: vídeos, fotos e vinhetas** (2019). Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/>

sp/eptv/40-anos/noticia/como-a-evolucao-dos-cenarios-dos-telejornais-da-eptv-mudou-a-relacao-com-publico-em-40-anos-video-fotos-e-vinhetas.ghml. Acesso em: 10 ago. 2023;

TV GLOBO. Conheça a nova redação do jornalismo da Globo (2018) **YOUTUBE**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KgNiwOotPtW&t=8s>. Acesso em: 06 dez. 2022.

VINTAGEPRI. **Vaudeville**: a história do famoso teatro de variedades (2015). Disponível em: <https://www.vintagepri.com.br/2015/12/vaudeville-historia-do-famoso-teatro-de.html>. Acesso em: 1º dez. 2022.

WATTS, H. **On Camera**: o curso de produção de filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.

9. FONTES DE ILUSTRAÇÕES

ACERVO OGLOBO. **Repórter Esso**. Disponível em: https://acervo.oglobo.globo.com/incoming/19923916-213-acf/imagemHorizontalFotogaleria/Reporter_Esso.jpg. Acesso em: 10 dez. 2022.

CAMINHOS DO JORNALISMO. **Quando tudo começou** (2011). Disponível em: <https://caminhosdojornalismo.wordpress.com/producao-em-tv/introducao-producao-em-tv-noturno/telejornais/1971-2/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

FANTÁSTICO. **Aberturas e bons tempos** (2014). Disponível em: <http://fantasticoaberturasebonstempos.blogspot.com/2015/04/evolucao-dos-cenarios.html>. Acesso em: 10 dez. 2022.

GLOBO REPÓRTER. **Imagens de arquivo**. Disponível em: <https://m.imdb.com/title/tt3831712/mediaviewer/rm659863553/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

GOOGLE MAPS. **Sede RPC PR (Curitiba PR)**. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/place/RPC+TV+Globo/@-25.4175277,-49.2875701,167m/data=!3m1!1e3!4m6!3m5!1s0x94dce155f37bc539:0x78939b536262df07!8m2!3d-25.4174599!4d-49.2868888!16s%2Fg%2F1ptzn9bjt?entry=ttu>. Acesso em: 10 ago. 2023.

GRUPO GLOBO. **História**: 1969 – Estreia do Jornal Nacional (2021). Disponível em: <https://historia.globo.com/historia-grupo-globo/1965-1984/noticia/1969-entra-no-ar-o-jornal-nacional.ghml>. Acesso em: 10 dez. 2022. Acesso em: 10 dez. 2022.

JORNAL NACIONAL. **Veja como foi a construção do novo cenário** (1917). Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/06/veja-como-foi-construcao-do-novo-cenario-do-jornal-nacional.html>. Acesso em: 10 dez. 2022.

MEMÓRIA GLOBO. **Cenários do Bom dia Rio** (2023). Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/bom-dia-rio/noticia/cenarios.ghml>. Acesso em: 10 ago. 2023.

MEMÓRIA GLOBO. **Cenários do Globo Repórter** (2022). Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/globo-reporter/>. Acesso em: 10 dez. 2022.

MEMÓRIA GLOBO. **Cenários do Jornal Nacional** (2022). Disponível em: <https://memoriaglobo.globo.com/jornalismo/jornalismo-e-telejornais/jornal-nacional/noticia/cenarios.ghml> Acesso em: 14 jan. 2023.

METRÓPOLES. **Maria Júlia Coutinho estreia no Jornal Hoje e web vai à loucura** (2019). Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/pipocando/maria-julia-coutinho-estreia-no-jornal-hoje-e-web-vai-a-loucura> Acesso em: 14 jan. 2023.

NEGÓCIOS RPC. **Vista da bancada e piso elevado no estúdio da RPC** (2021). Disponível em: <https://negociosrpc-sitev2.s3.us-east-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2021/04/01143339/meio-dia-2.jpg>. Acesso em: 10 ago. 2023.

PORTAL G1. **Cenografia dos telejornais diários da RPC (Curitiba PR)**. Disponível em: <https://g1.globo.com/pr/parana/playlist/>. Acesso em: 10 ago. 2023.

TV GAZETA. *Como funciona o cenário virtual da 'Previsão do Tempo'? – Bastidores da TV Gazeta.* (2014) **YOUTUBE**. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=G_wA4quJDds. Acesso em: 14 jan. 2023.

TV GLOBO. *Conheça a nova redação do jornalismo da Globo* (2018). **YOUTUBE**. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=KgNiwOotPtw> & t=8s. Acesso em: 14 jan. 2023.

WATTS, H. **On Camera**: o curso de produção de filme e vídeo da BBC. São Paulo: Summus, 1990.