

Live CNN Brasil como novo modelo de telejornalismo no país¹

Diana Kelly Farias de CAMPOS²
Escola Superior de Propaganda e Marketing, RJ

RESUMO

O artigo visa explorar o processo de transformação do telejornalismo brasileiro, abordando, a partir de uma visão histórica, o desenvolvimento da internet e sua convergência dentro da televisão, e sobre como o jornalismo de televisão se apropria desta convergência de mídia no programa Live CNN. É realizado um estudo de caso do programa, da emissora de TV CNN Brasil, buscando compreender as características do digital ao longo do programa, o diferenciando do telejornalismo tradicional. Este artigo visa explicar as transformações que o telejornalismo brasileiro sofreu ao longo dos anos com a chegada e intensificação das mídias digitais, apresentando uma abordagem e trajetória histórica indo do analógico ao digital. O conceito teórico principal que será estudado para entender e comprovar a ligação entre os dois formatos, ou seja, a televisão e as mídias digitais, e a convergência de mídia, de Henry Jenkins. A partir desta teoria e da trajetória histórica de cada formato de mídia, será possível estudar e compreender as suas características semelhantes e distintas individualmente, bem como as de sua fusão ao longo dos anos. O artigo busca entender os recursos presentes no programa que o caracterizam como inovador, com o modelo transmídia, em que o programa se apropria de um outro meio de comunicação, além da televisão, para complementar a experiência do usuário, o público do telejornal. Assim, o consumo do jornal não se detém apenas ao programa ao vivo, mas o consumidor tem acesso em outra plataforma, em outros horários e de outras maneiras, contribuindo para a experiência da audiência. Também foi perceptível a influência da dinâmica entre os apresentadores, que contribui para a característica do programa ser despojado e descontraído, se diferenciando do telejornalismo tradicional. As interfaces do Live CNN estão relacionadas com a proposta do programa de ser uma mistura entre a informalidade da internet e das redes sociais, com o jornalismo televisivo já conhecido ao longo dos anos, bem como a interação com o público, através da hashtag #LiveCNNBrasil, em que o público se comunica com os apresentadores durante a programação ao vivo. Este fenômeno já havia sido identificado por Anderson (2006), em que explica como as transformações tecnológicas influenciam nas mudanças de comportamento do consumidor e como isso impacta nos modelos de negócios, já que os consumidores também podem ser produtores. O presente artigo busca compreender a trajetória do telejornalismo, as modificações e transformações que o formato sofreu ao longo das décadas e como a chegada da internet e da massificação das mídias digitais impactaram o modelo do jornalismo televisivo e como as emissoras buscam atrair um novo público, aderindo as características da cibercultura e ciberespaço, já que, desde sua primeira transmissão, o telejornalismo brasileiro se transformou e até os dias de hoje se adapta às novas tendências e modelos das mídias digitais, contribuindo sempre para um jornalismo moderno e digital pela televisão. Bem como compreender as mudanças tecnológicas ao longo dos anos contribuíram para o desenvolvimento de imagens com melhor qualidade nos jornais, bem

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo. GP – Telejornalismo. IJ05 - Comunicação Multimídia do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2022.

² Graduada do Curso de Jornalismo da ESPM-RJ, email: camposkdiana@gmail.com

como possibilitando transformações inovadoras com os avanços de hoje em dia. Além disso, a própria linguagem do telejornal sofreu mudanças ao longo dos anos, se distanciando da linguagem tradicional dos jornais de Rádio e buscando se aproximar ao telespectador de uma forma informal e dinâmica. Também há o aprofundamento de como o jornalismo se transforma, aderindo as novas tendências, e indo até seu público consumidor. Grande parte dessas mudanças ocorrem pelos novos modelos de telejornalismo oriundos de uma mudança tecnológica que se aproxima com o formato das mídias digitais. Este presente projeto busca analisar como as mídias digitais influenciaram e seguem impactando o formato e modelo do telejornalismo brasileiro, usando como exemplo e análise de estudo, o programa Live CNN, da emissora CNN Brasil, que desde o seu lançamento em março de 2020, se propõe a executar um telejornalismo inovador, informal, dinâmico e com maior aproximação das novas mídias digitais, buscando compreender como o digital e a televisão se convergem, mas ainda assim mantém suas particularidades midiáticas em um programa de telejornal, o Live CNN Brasil, se diferenciando de outros programas, inclusive os da própria emissora CNN Brasil, com uma proposta despojada, descontraída e inovadora de aproximação com as mídias digitais, através do conceito de convergência de mídias, processo que não acontece na televisão, mas o Jornalismo em todos os seus formatos tem observado as novas tendências e convergindo suas mídias. Dentre alguns exemplos de como os jornais estão presentes nas mídias digitais, estão os Jornais Washington Post na Rede Social TikTok e O Jornal Estado de São Paulo no Instagram com o “Drops do Estádio”. Já no telejornalismo, o programa Live CNN Brasil se diferencia dos outros telejornais com uma linguagem mais informal e dinâmica, figurinos mais despojados, maior presença do digital e das redes digitais, gírias e expressões do universo digital, além de uma constante participação com o público através da #LiveCNNBrasil. Entende-se que o programa tem características do digital, sem perder a essência do telejornalismo tradicional, com os impactos das mídias sociais no telejornal. A televisão e as mídias digitais estão em processo de convergência midiática, influenciando diretamente nas transformações e adaptações que os telejornais estão vivenciando nos dias atuais, com o uso de tendências e formatos de outras plataformas para manter o telespectador ativo e interativo com a programação. A dinâmica entre os apresentadores, a interação com o público e participação do telejornal nas mídias digitais, proporcionando uma experiência transmidiática, foram os recursos identificados que contribuem para o fortalecimento da hipótese de que o telejornalismo vem passando por modificações e transformações, devido às mudanças tecnológicas, em que o digital torna-se uma tendência para atrair o consumidor com o fortalecimento da cibercultura e ciberespaço. Lévy (1999) explica que, entre espaço virtual, o ciberespaço, permite que haja uma interatividade maior, com aproximação e combinação de material da mensagem por seu receptor. A interação e a imersão ilustram que a mensagem ao receptor não é algo distante, mas que o próprio consumidor participa da produção e são transformados em autores. E na televisão esta interatividade não é diferente. Essa ideia também foi fortalecida por Cajazeira (2011), que entende que devemos encarar o processo comunicativo de um telejornal como uma inter-relação por múltiplos caminhos, em que a informação transita e onde o emissor e o receptor são levados em consideração na formação de sentido da mensagem que tende a ser o próprio meio.” Concluiu-se, a partir das análises, que o Live CNN Brasil abraça recursos de convergência de mídia para implementar o digital na televisão.

PALAVRAS-CHAVE: Telejornalismo; CNN; Mídias; Digital.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. **Cauda Longa**. Elsevier. Rio de Janeiro. 2006.
- BRASIL, A. C. **Convergência Midiática: A TV e os telejornais se encontram na internet**. Rio de Janeiro: Editora Ciência Moderna. 2002.
- CAJAZEIRA, P. E. S. L. **O jornalismo colaborativo no telejornal com as novas mídias digitais**. 2011.
- CAMPOS, D. K. F; ANJOS, J. O. & SANTOS, Y. R. **O Uso de Recursos de Storytelling no Podcast Praia dos Ossos**. 2021. Disponível em: <<https://alcarnacional2021.com.br/premio-jose-marques-de-melo>> Acesso 20 Nov 2021
- DUARTE, E. B. **Telejornais: quem dá o tom?** 2008. Disponível em: < <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/332/287>> Acesso 18 Abr 2022.
- GUTMANN, J. F. **Formas do telejornal: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais**. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/handle/ri/16836>> Acesso em 12 Abr 2022
- QUADROS, C. I. **A participação do público no webjornalismo**. 2005. Disponível em: <<https://e-compos.emnuvens.com.br/e-compos/article/view/56/56>> Acesso 18 Abr 2022.
- JENKINS, H. **Convergências de mídia**. Aleph, São Paulo. 2009. Disponível em: <http://www.nucleodepesquisadosex-votos.org/uploads/4/4/8/9/4489229/cultura_da_convergencia_-_henry_jenkins.pdf> Acesso em 19 Jul 2021.
- LEMONS, A. **Cibercultura. Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Sulina; Porto Alegre. 2002. Disponível em: <https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/405311/mod_resource/content/1/Texto%20Andre%20Lemos.pdf> Acesso em 07 Set 2021
- LÉVY, P. **Cibercultura**. Editora 34. São Paulo. 1999. Disponível em: <<https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>.> Acesso em 15 Ago 2021.
- LI, M; GUO, Y; CHEN, Y. **CNN Based Commercial Detection in TV Broadcasting**. 2017. Disponível em: <<https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3171592.3171619>>. Acesso em 12 Abr 2022
- MARTINS, E. **Telejornalismo na era digital: Aspectos da narrativa transmídia na televisão de papel**. 2012. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/434/383#>> Acesso em 19 Jul 2021
- MELLO, J. N. **Telejornalismo no Brasil**. 2009. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/bocc-mello-telejornalismo.pdf>> Acesso em 19 Jul 2021
- PICCININ, F. **Notícias na TV Global: diferenças (ou não) entre o telejornalismo americano e o europeu**. 2004. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/piccinin-fabiana-telejornalismo-americano-europeu.pdf>> Acesso em 14 de Julho de 2021.
- PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação online**. São Paulo. Summus, 2003.
- RAMONET, I. **A Tirania da Comunicação**: Petrópolis: Editora Vozes, 1999.

REZENDE, G. J. **Retrospectiva do telejornalismo brasileiro**. 1999. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/article/view/7888/6618>> Acesso em 12 Abr 2022

REZENDE, G. J. **Telejornalismo no Brasil, um perfil editorial**. São Paulo. Summus, 2000.

ROCHA, A. **Mídia e Identidade: As práticas de consumo de rádio e televisão nos anos 1950/1960**. 2005. Disponível em: <https://anpuh.org.br/uploads/anais-simposios/pdf/2019-01/1548206372_c333a76dd7566f493198c28c7e762029.pdf>

Acesso em 15 Ago 2021.

SACHETTI, D. **A televisão e as redes sociais: Uma Análise de Convergência Midiática Em Telejornais da CNN e Globo News**. 2013. Disponível em: <http://repositorio.upf.br/bitstream/riupf/304/1/PF2013Dulciana_Sachetti.pdf> Acesso em 15 Ago 2021.

SILVA, E. C. & PENTEADO, R. Z. **Caracterização das inovações do telejornalismo e a expressividade**. 2014. Disponível em:

<<https://www.scielo.br/j/acr/a/wzwYVzwVtkMxJt5XcJmCBCd/abstract/?lang=pt> />

Acesso 18 Abr 2022.

STAM, R. **Introdução à teoria do cinema**. Campinas. Papyrus, 2003.

STANTAELLA, L. **Mídia, participação e entretenimento em tempos de convergência**. 2014. Disponível em:

<<https://www.revistageminis.ufscar.br/index.php/geminis/article/view/175/145>> Acesso

18 Abr 2022.