

A Inovação Tecnológica no Carnaval: Uma Análise da Cobertura do G1 no Instagram em 2025¹

Marcelo Pires de Oliveira²

Élmano Ricarte³

Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Universidade Europeia, Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação - IADE

Resumo

Este estudo investiga como o portal G1 abordou a integração de tecnologias nos desfiles das escolas de samba durante o Carnaval de 2025 em seu perfil no Instagram. A pesquisa examina a presença de drones, LEDs, elevadores mecânicos e outras inovações nos desfiles. Por meio de um estudo de caso descritivo, foram analisadas as postagens publicadas entre 26 de fevereiro e 5 de março de 2025 do perfil do Instagram do G1. O referencial teórico baseia-se nos conceitos de mediatização, Folkcomunicação e na relação entre festa e mídia. Os resultados revelam que a cobertura do G1 foi superficial e fragmentada. A análise aponta para uma abordagem jornalística que prioriza o espetáculo em detrimento de uma reflexão aprofundada sobre as transformações culturais e sociais impulsionadas por essas inovações no contexto cultural.

Palavra-chave: Folkcomunicação, carnaval, tecnologia, cobertura jornalística, redes sociais.

Introdução

O Carnaval é um dos eventos culturais mais emblemáticos do Brasil, atraindo milhões de participantes a cada ano. Em 2025, estimou-se a presença de 53 milhões de foliões (Redação, 2025). Enquanto muitos investem recursos para vivenciar a festa presencialmente, outros acompanham os desfiles por meio de plataformas digitais. Tradicionalmente, a cobertura jornalística do Carnaval era dominada pela televisão e, posteriormente, pelos portais de notícias (Bomfim et al., 2020).

Com o surgimento das redes sociais, novas formas de disseminação de informação surgiram, transformando a maneira como eventos culturais são compartilhados. O Instagram, por exemplo, tornou-se uma das principais fontes de conteúdo para a Geração

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

² Doutor em Multimeios pela UNICAMP. Professor Titular da Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Bahia, Brasil. mpoliveira@uesc.br

³ Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa. Professor Auxiliar da Universidade Europeia, Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação (IADE) e Investigador Integrado na UNIDCOM - IADE e investigador colaborador no ICNOVA, Lisboa, Portugal. elmano.ricarte@universidadeeuropeia.pt

Z (Trejos Gil, 2023). Na União Europeia, 42% dos jovens já consideram as mídias sociais sua principal fonte de notícias (Parlamento Europeu, 2025).

Este estudo analisa como o perfil do G1 no Instagram cobriu o uso de tecnologias nos desfiles do Carnaval de 2025, explorando o conceito de "Carnaval Tecnológico". A pesquisa busca entender como inovações como drones, elevadores mecânicos e telas de LED foram retratadas pelo veículo. A abordagem adotada considera a evolução da cobertura midiática do Carnaval, destacando a importância de uma análise crítica sobre as transformações tecnológicas e suas implicações culturais.

Revisão Teórica

O Carnaval, embora não originário do Brasil, tornou-se uma festa central na cultura nacional, unindo milhões de pessoas em diversas manifestações populares (IBGE, 2025). A teoria da Folkcomunicação, proposta por Beltrão (1980), destaca como comunidades marginalizadas utilizam tradições e festivais para resistir a narrativas dominantes. Com o advento das mídias digitais, essas práticas ganharam novos formatos e alcance global (De Fina; Perrino, 2019).

A mediatização, conforme Hjarvard (2015), refere-se à influência transformadora da mídia na cultura e na sociedade. No contexto do Carnaval, as escolas de samba incorporaram tecnologias digitais para inovar suas apresentações, criando uma dinâmica híbrida entre tradição e modernidade (Moratelli; Dias, 2021).

Metodologia

A pesquisa adotou um estudo de caso descritivo, analisando 104 postagens do perfil do G1 no Instagram durante o Carnaval de 2025. Dessas, 14 abordaram o uso de tecnologia nos desfiles. A análise seguiu a metodologia proposta por Yin (2005), focando na relação entre o fenômeno estudado e seu contexto midiático.

Análise e Resultados

Entre 26 de fevereiro e cinco de março de 2025, o perfil do G1 no Instagram publicou 104 postagens sobre o Carnaval, mas apenas 14 postagens (13,46%) abordaram tecnologias nos desfiles. Esse baixo percentual contrasta com a relevância esperada dessas inovações para impactar o público e os jurados.

A análise revelou que a cobertura foi superficial, limitando-se a reproduzir trechos da transmissão da TV Globo, sem produção original para o digital. Embora os títulos destacassem aspectos tecnológicos, como drones, telas de LED e efeitos pirotécnicos, a cobertura limitou-se a reproduzir os conteúdos da TV Globo, sem aprofundar as implicações culturais dessas tecnologias.

Conclusão

O estudo evidenciou que a cobertura do G1 no Instagram priorizou o espetáculo em detrimento de uma análise crítica das inovações tecnológicas no Carnaval. Embora as escolas de samba tenham integrado tecnologias de forma criativa, a abordagem jornalística permaneceu superficial. Pesquisas futuras poderiam explorar como as próprias escolas utilizam suas redes sociais para comunicar essas transformações, oferecendo narrativas mais ricas e contextualizadas.

Referências

- BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.
- BOMFIM, Ivan *et al.* O Carnaval em Ponta Grossa e a cobertura jornalística do Cultura Plural: os desafios do jornalismo cultural nos Campos Gerais. **Cadernos de Comunicação**, v. 24, n. 1, 29 jul. 2020.
- DE FINA, Anna; PERRINO, Sabina (ORGS.). **Storytelling in the digital world**. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2019. v. 104
- HJARVARD, Stig. Da Mediação à Midiatização: v. 2, n. 3, 2015.
- IBGE. **IBGE | Portal do IBGE | IBGE**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/>>. Acesso em: 31 maio. 2025.
- MORATELLI, Valmir; DIAS, Mariana. O Silêncio da Sapucaí e o barulho na internet: **Revista Internacional de Folkcomunicação**, v. 19, n. 43, p. 189–207, 23 dez. 2021.
- PARLAMENTO EUROPEU. **Eurobarómetro**. Institucional. Disponível em: <<https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3392>>. Acesso em: 31 maio. 2025.
- REDAÇÃO. **Carnaval tem previsão de R\$ 12 bilhões em faturamento e 53 milhões de foliões no país**. Disponível em: <<https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2025/02/carnaval-tem-previsao-de-r-12-bilhoes-em-faturamento-e-53-milhoes-de-folhoes-no-pais>>. Acesso em: 10 jun. 2025.
- TREJOS GIL, Carlos Andrés. Uso de Instagram en la generación Z en el contexto de COVID-19. **Comunicación**, n. 49, p. 100–121, 2023.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.