

Atuação do Jornalismo Regional em Ambientes Digitais: Análise das Estratégias Audiovisuais do Perfil @g1zonadamata no Instagram¹

Jean Almeida²

Robson Rangel³

Iluska Coutinho⁴

Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

A Zona da Mata Mineira é uma região marcada por diversos municípios que podem ser caracterizados como desertos de notícias, tal como conceituados por Abernathy (2016). Nessa perspectiva, o trabalho propõe analisar as estratégias audiovisuais do perfil @g1.zonadamata no Instagram, observando como uma marca consolidada atua na circulação e propagação de informações seguras e verificadas. Este artigo recorre metodologicamente à Análise da Materialidade Audiovisual - AMA (Coutinho, 2018) para entender como o jornalismo regional, na figura de um grande sistema noticiário, se adapta às dinâmicas das redes sociais, equilibrando a seriedade que se espera desses veículos com elementos que dialogam com o público das redes sociais. Os resultados demonstram que as postagens do perfil tomado como objeto empírico se alinham aos princípios jornalísticos, mantendo uma postura profissional de excelência, contribuindo assim para a circulação de informações confiáveis e verificadas em toda região.

Palavra-chave: Jornalismo Regional; Deserto de Notícias; Credibilidade; Ambientes Digitais; Análise da Materialidade Audiovisual .

INTRODUÇÃO

A circulação de notícias no ambiente digital passou por transformações significativas, especialmente com o crescimento das redes sociais, como o Instagram, considerada a terceira maior do país, segundo o portal RD Station (2025). Essa mudança exigiu adaptações do jornalismo, que passou a priorizar formatos visuais, concisos e interativos.

Nos contextos regionais, compreender o funcionamento de perfis jornalísticos é essencial diante de desafios como a desinformação e a concorrência com perfis

¹ Trabalho apresentado no IJ01 - Jornalismo, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Bolsista PIBIC (CNPq), integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: almeidapaulo.jean@estudante.ufjf.br

³ Estudante do Curso de Jornalismo, Universidade Federal de Juiz de Fora. Integrante do NJA - Núcleo de Estudos em Jornalismo e Audiovisual. E-mail: robson.rangel@estudante.ufjf.br

⁴ Professora da Facom-UFJF, Jornalista e Doutora em Comunicação. email: iluska.coutinho@ufjf.br

amadores. Esse processo se insere na midiatização da sociedade (HJARVARD, 2014), para o qual a lógica das mídias reorganiza as práticas comunicacionais. O jornalismo regional, portanto, vê-se diante tanto de uma oportunidade de aproximação com o público quanto do desafio de manter a sua credibilidade.

Em regiões afastadas dos grandes centros, como a Zona da Mata mineira, essa reconfiguração é atravessada por fatores como a ausência de veículos locais profissionais na vasta maioria dos municípios e o acesso desigual às tecnologias digitais. O conceito de “desertos de notícias”, proposto por Abernathy (2016) e discutido por César Franco (2022), descreve esse cenário de escassez informativa, onde a carência de cobertura local compromete o direito à informação.

O conceito de desertos de notícias se origina no Centro de Inovação e Sustentabilidade de Mídia Local da Escola de Mídia e Jornalismo na Universidade da Carolina do Norte (EUA) que, em um período de 12 anos (2004-2016), coletou e analisou pouco mais de 9.500 jornais locais. A pesquisa parte, portanto, de uma preocupação com a sobrevivência da comunicação local. Para Abernathy (2016), a presença de uma imprensa nesta escala está intrinsecamente ligada à qualidade de vida das comunidades (Franco, 2022)

O Atlas da Notícia (2025) indica que a Zona da Mata conta com 142 municípios, possuindo poucos veículos jornalísticos ativos, o que reforça a importância de iniciativas regionais, ainda que vinculadas a grandes grupos. Perfis como o @g1.zonadamata tornam-se, assim, canais essenciais para a mediação entre fatos e o cotidiano local.

O presente artigo tem como objetivo analisar as estratégias audiovisuais do perfil @g1.zonadamata, vinculado ao G1 do grupo Globo, com foco na sua atuação enquanto emissor de informações regionais seguras em uma plataforma que exige adaptações narrativas sem comprometer os princípios jornalísticos.

JORNALISMO REGIONAL EM AMBIENTES DIGITAIS

O jornalismo regional desempenha um papel essencial ao mediar o cotidiano das populações locais abordando temas diretamente ligados ao território, às identidades e às necessidades específicas da comunidade. Contudo, a consolidação de um ecossistema

mediático dominado por grandes conglomerados digitais tem enfraquecido a diversidade de vozes e afetando os fluxos locais de informação.

É neste cenário que emergem os 'Desertos de Notícias', fenômeno que enfraquece a voz daqueles que estão longe dos grandes conglomerados. Enquanto isso, o crescimento das redes sociais como espaços de consumo das notícias transformou a mediação e a redistribuição da informação. Plataformas como o Instagram - embora não projetadas para o jornalismo - passaram a ser utilizadas por veículos, inclusive os regionais, em busca de engajamento e de aproximação com o público. Todavia, a lógica do algoritmo impõe desafios à visibilidade e à sustentabilidade do jornalismo profissional, como explica Gillespie (2018).

Adaptar-se a esse ambiente exige mais que presença digital, requer domínio de uma linguagem visual e narrativa alinhada aos hábitos de consumo contemporâneos. A convergência entre mídias tradicionais e digitais, destacada por Jenkins (2009), demanda reconfiguração dos formatos jornalísticos para captar a atenção de públicos fragmentados, tornando a disputa por credibilidade ainda mais acirrada em decorrência do crescimento de perfis amadores e iniciativas não profissionais.

Nesse cenário, ganha relevância o fenômeno da desordem informacional abordado por Wardle e Derakhshan (2017), caracterizado pela circulação de conteúdos enganosos e descontextualizados. Em regiões com baixa literacia midiática e com pouco acesso à informação verificada, possibilita que a desinformação encontre terreno fértil, o que acaba por exigir dos veículos regionais que haja reforço de estratégias que evidenciem apuração, ética e confiabilidade.

A presença de perfis como o @glzonadamata no Instagram, portanto, não representa apenas uma adaptação técnica, mas uma tentativa de resgate simbólico da autoridade jornalística. Ao se apropriar da linguagem das redes e dialogar com os modos de recepção locais, esse veículo contribui para reduzir os desertos de notícias e fortalecer a cidadania comunicativa.

A ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL COMO MÉTODO POSSÍVEL

Este estudo adota a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), metodologia desenvolvida pela Professora Dra. Iluska Coutinho no Núcleo de Jornalismo e

Audiovisual (NJA), da Faculdade de Comunicação da UFJF. A AMA considera a interdependência entre texto, som, imagem, tempo e edição, permitindo uma compreensão integrada da narrativa audiovisual (COUTINHO, 2016).

A escolha do método se justifica por sua eficácia em analisar conteúdos digitais, especialmente postagens em redes sociais, que demandam formatos rápidos, atrativos e informativos. Nesse contexto, a AMA se revela adequada para avaliar como perfis à guisa do @g1.zonadamata estruturam conteúdos adaptados à linguagem visual e dinâmica do Instagram, enfrentando desafios múltiplos, tais como: engajamento, clareza e credibilidade.

A pesquisa coletou as 40 postagens publicadas entre os dias 1º e 14 de maio de 2025 no perfil @g1zonadamata, sendo 32 estáticas e 8 em formato de *reels*. Os temas predominantes foram cotidiano (13), crime (11), política (6), meio ambiente (5), luto (2), religião (2) e tecnologia (1), totalizando 34.552 curtidas, 1.305 comentários e 7.093 compartilhamentos.

Para uma análise mais detalhada, foram selecionados dois *reels*, o de maior e o de menor engajamento, com base em interações públicas (curtidas, comentários e compartilhamentos). Ambos foram avaliados segundo os critérios da AMA, com foco em dois eixos: O eixo **A**, nomeado de “Estratégias de Construção da Credibilidade”: Investiga como elementos estéticos e narrativos (tipografia, cores, ritmo de edição, fontes visuais) reforçam a confiança na informação e combatem a desinformação e o Eixo **B**, denominado “Adaptação da Plataforma e Engajamento do Público”, que analisa a adequação dos conteúdos à lógica do Instagram, observando o uso de recursos visuais nativos (*reels*, carrosséis, legendas, ritmo dinâmico) e estratégias de interação com o público.

ELEMENTOS VISUAIS E NARRATIVOS QUE AJUDAM A QUALIFICAR O JORNALISMO REGIONAL

Esta análise tem como objetivo compreender como o perfil @g1.zonadamata, organiza e apresenta notícias no Instagram, observando especialmente o modo pelo qual constrói a sua credibilidade, interage com o público e se adapta às exigências narrativas e visuais da plataforma. Para isso, utiliza-se como método a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Iluska Coutinho (2016), que permite uma leitura

integrada de diferentes elementos técnicos e expressivos que integram a narrativa audiovisual.

QUADRO 1	
FICHA DE AVALIAÇÃO	RESPOSTA
POSTAGEM 1	
PÁGINA:	@g1.zonadamta
DATA DA PUBLICAÇÃO:	8 de maio de 2025
POSTAGEM ANALISADA:	Incêndio em oficina automotiva destrói veículos no Bairro Poço Rico
NÚMEROS	68 Curtidas Nenhum comentário 17 Compartilhamentos 7.328 visualizações
EIXO A: ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DA CREDIBILIDADE	
- Quais elementos audiovisuais são utilizados para reforçar a credibilidade da informação publicada? O vídeo utiliza elementos visuais ligados à identidade do g1, como a faixa vermelha com “g1.com.br” e a logomarca oficial, que funcionam como marcadores de autoridade. Imagens reais do incêndio e da atuação dos bombeiros reforçam a veracidade da notícia. O som ambiente, sem trilha ou narração, sugere uma tentativa de preservar a autenticidade da cena. Imagem 1: <i>Reels</i> e legenda utilizados na produção audiovisual menos engajada do período. 	

Fonte: Perfil @g1.zonadamata no Instagram
- A tipografia, paleta de cores, ritmo de edição e presença de fontes identificáveis contribuem para transmitir clareza e segurança ao público? A peça utiliza a tipografia padrão do Grupo Globo, em branco sobre fundo cinza, o que assegura legibilidade, mas pouco destaque visual. A paleta de cores sóbria transmite seriedade, embora com menor atratividade para o ambiente saturado do Instagram. O vídeo tem ritmo estático, com uma única cena em plano fixo de 26 segundos, sem locução ou fontes identificáveis; além disso, a contextualização limita-se a uma manchete fixa.
EIXO B: ADAPTAÇÃO DA PLATAFORMA E ENGAJAMENTO DO PÚBLICO
- Como os conteúdos dialogam com a linguagem e os formatos próprios do Instagram (ex: <i>reels</i>, carrosséis, legendas visuais, ritmo dinâmico)? O vídeo tem baixa adequação aos recursos de engajamento do Instagram. Durante os 26 segundos, a imagem permanece fixa, sem cortes, legendas dinâmicas ou elementos gráficos em movimento. A ausência de variações visuais, trilha sonora e narração reduz a retenção da atenção.
- Quais recursos são utilizados para facilitar a compreensão e estimular a interação com o público (legendas, perguntas, elementos gráficos, narrativas próximas do cotidiano)? A legenda traz quatro parágrafos explicando o ocorrido, com dois emojis (ambulância e sirene) que tentam humanizar e atrair atenção. No entanto, esses elementos não se integram ao vídeo, prejudicando a fluidez para quem consome apenas o conteúdo visual. Não há perguntas, chamadas visuais ou estímulos diretos ao engajamento. A única “call-to-action” convida discretamente à leitura da matéria no site do g1, sem explorar os recursos visuais da plataforma.
QUADRO 2
POSTAGEM 2

PÁGINA:	@g1.zonadamta
DATA DA PUBLICAÇÃO:	14 de maio de 2025
POSTAGEM ANALISADA:	Incêndio destrói restaurante no Bairro Alto dos Passos
NÚMEROS	4.066 curtidas 110 comentários 3.043 compartilhamentos 346 mil visualizações
EIXO A: ESTRATÉGIAS DE CONSTRUÇÃO DA CREDIBILIDADE	
-Quais elementos audiovisuais são utilizados para reforçar a credibilidade da informação publicada? O vídeo usa elementos visuais que reforçam a identidade do g1, como a faixa vermelha com “g1.com.br” e o logotipo no canto superior direito. A imagem mostra um prédio em chamas, com fogo atingindo a fiação e causando uma pequena explosão no transformador, evidenciando a gravidade do ocorrido. O som ambiente das chamas e interferência elétrica adiciona autenticidade e impacto ao conteúdo. Imagem 2: Reels e legenda utilizada na produção audiovisual mais engajada do período  Fonte: Perfil @g1.zonadamata no Instagram	
-A tipografia, paleta de cores, ritmo de edição e presença de fontes identificáveis contribuem para transmitir clareza e segurança ao público? A tipografia segue o padrão do Grupo Globo, em branco e sem fundo, sobre o vídeo. Embora aumente a imersão visual, pode prejudicar a legibilidade em algumas cenas. O vídeo, com apenas seis segundos e textos curtos — “Juiz de Fora” e “Incêndio destrói restaurante no Bairro Alto dos Passos” — mantém a leitura possível. A cor branca	

contrasta com as imagens escuras do incêndio, equilibrando estética e função. O ritmo é ágil, com forte apelo visual, favorecendo a retenção. A ausência de locução ou fonte verbal é compensada pelo impacto da imagem, que valida a informação de forma rápida e objetiva.

EIXO B: ADAPTAÇÃO DA PLATAFORMA E ENGAJAMENTO DO PÚBLICO

-Como os conteúdos dialogam com a linguagem e os formatos próprios do Instagram (ex: reels, carrosséis, legendas visuais, ritmo dinâmico)?

O vídeo segue o formato padrão dos *reels* do Instagram, preenchendo a tela vertical e durando apenas seis segundos. O conteúdo é direto, impactante e visualmente forte — essencial para consumo rápido. O registro dramático, com imagens e som ambiente intensos, favorece a retenção e compartilhamento. Sem cortes ou edições complexas, a natureza do acontecimento garante dinamismo.

-Quais recursos são utilizados para facilitar a compreensão e estimular a interação com o público (legendas, perguntas, elementos gráficos, narrativas próximas do cotidiano)?

Sem legendas descritivas ou perguntas, o vídeo usa a força da imagem para comunicar rapidamente o fato: um prédio em chamas no Bairro Alto dos Passos, Juiz de Fora. O título informa o básico e inclui um CTA para o site com a cobertura completa. A legenda é curta, objetiva e sem emojis, mantendo tom jornalístico neutro. Hashtags reduzidas e específicas indicam foco em geolocalização e interesse.

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Apesar de atuarem em um ambiente digital competitivo, as postagens do @glzonadamata evidenciam compromisso com informações verificadas e uma identidade visual alinhada ao jornalismo profissional. Destacam-se, desta maneira, elementos que reforçam a credibilidade, como marca institucional, imagens reais e legendas informativas.

Por outro lado, a análise indica que vídeos com menor desempenho carecem de recursos interativos e narrativos mais dinâmicos. A ausência de legendas explicativas e ritmo visual reduzido pode limitar o alcance e a retenção. Ainda assim, o perfil representa um esforço relevante de adaptação do jornalismo regional ao meio digital, fortalecendo a oferta de informação qualificada e o combate à desinformação em uma região com escassez de cobertura local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As análises realizadas neste estudo reforçam a importância do jornalismo regional digital como mediador informativo e agente de credibilidade. A aplicação da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA) a dois reels do perfil @g1zonadamata — um de alto e outro de baixo engajamento — evidenciou como os recursos visuais e narrativos contribuem para a autenticidade, clareza e alcance das informações locais. A presença de elementos institucionais, imagens reais e som ambiente revela o compromisso com práticas jornalísticas éticas, ainda que se observe, em alguns casos, a ausência de fontes identificáveis, o que pode limitar a verificação pública.

É notável que o G1 Zona da Mata exerce um papel essencial na oferta de informação qualificada na região, contribuindo com a mitigação dos efeitos provocados pelos desertos de notícias e, com isso, fortalecendo a cidadania comunicativa. Por outro lado, a baixa exploração de recursos nativos da plataforma — como legendas dinâmicas, perguntas e chamadas visuais — compromete o aproveitamento máximo da linguagem digital e sua função no enfrentamento da desinformação.

Em suma, o presente trabalho observou que perfis jornalísticos regionais, como o @g1zonadamata, devem seguir com investimento em produções audiovisuais diversificadas, tanto para acompanhar as transformações tecnológicas quanto para dialogar melhor com os públicos locais. Futuras pesquisas podem aprofundar a análise sobre interações nos comentários, impacto das *Call to actions* (CTAs) e percepção da confiabilidade, ampliando a compreensão sobre a atuação do jornalismo regional em ambientes digitais.

Referências

ABERNATHY, Penelope Muse. **The Rise of a New Media Baron and the Emerging Threat of News media Deserts**. The University of North Carolina Press: Center for Innovation and Sustainability in Local Media, 2016. Disponível em: <https://www.usnewsdeserts.com/reports/rise-new-media-baron/>

COUTINHO, Iluska. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. In: XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2016, São Paulo, SP. Anais eletrônicos... São Paulo, USP, 2016.

FRANCO, César. **DESERTOS DE NOTÍCIAS NA REGIÃO DA ZONA DA MATA MINEIRA: produção e carência de informação local**. In: Repositório Institucional UFJF, 2022, Juiz De Fora. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/14073>

HJARVARD, S. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista Matrizes**, São Paulo, n. 8, v. 1, 2014. p. 21-44. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p21-44>

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009. 428 p.

PEREIRA, G. T. F.; COUTINHO, I. M. S. **Fluxos comunicacionais às avessas: do local para o nacional e vice-versa**. Revista Alterjor, v. 24, p. 118-136, 2021.

SOSTER, D. A. **Sobre midiatização, mediação, poder e jornalismo**. In: BOCC. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação, v. 1, p. 1-9, 2006.

POR QUE as redes sociais são tão importantes e quais são as mais usadas?. **NEILPATEL**, 2025. Disponível em:

[https://neilpatel.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/#:~:text=O%20Facebook%20%C3%A9%20a%20rede%20social%20mais,Snapchat%20\(850%20milh%C3%B5es\)%20*%20Douyin%20\(770%20milh%C3%B5es\)](https://neilpatel.com/br/blog/tudo-sobre-redes-sociais/#:~:text=O%20Facebook%20%C3%A9%20a%20rede%20social%20mais,Snapchat%20(850%20milh%C3%B5es)%20*%20Douyin%20(770%20milh%C3%B5es).). Acesso em 31 mai. 2025

RANKING: as redes sociais mais usadas no Brasil e no mundo em 2025, com insights, ferramentas e materiais. **RD STATION**, 2025. Disponível em: <https://www.rdstation.com/blog/marketing/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso 31 mai. 2025.

WARDLE, C; DERA KHSHAN, H. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**, Council of Europe Report, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disordertoward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

ZATTAR, M. **Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação**. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.13, n.2, nov. 2017, p. 285-293. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075>.