



DA TV AO FEED: TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO AUDIOVISUAL NA ERA DOS VÍDEOS ULTRACURTOS

Madara Maciel, Marco Aurelio Reis e Cláudia Thomé

Universidade Federal de Juiz de Fora



Objetivo do estudo

O estudo investiga como o portal G1 reconfigura sua linguagem jornalística para se adaptar às lógicas das plataformas digitais, em especial o Instagram.

O foco está nas estratégias visuais e narrativas utilizadas para manter autoridade e **certificação** (Thomé e Reis, 2023) em um ambiente marcado pela **disputa algorítmica e simbólica** e pela atenção fragmentada.



Problema e relevância

Com a ascensão das redes sociais como canais prioritários de informação, o telejornalismo tradicional passou a sofrer pressões de duas ordens:

Por um lado, a demanda dos usuários por conteúdos rápidos e visualmente atrativos, gerando o que Herman (2000) define como **FOMO** (*fear of missing out*).

Por outro, a necessidade das redações de manter produção constante para não perder audiência, o **FOMA** (*fear of missing audience*).

Nesse contexto, a pesquisa busca compreender como o jornalismo audiovisual migra da grade televisiva para o *scroll* infinito, sem perder sua legitimidade pública.

Referencial teórico

A base teórica articula:

- **Henry Jenkins (2008)** e sua noção de convergência midiática, que trata da migração e adaptação de conteúdos entre diferentes suportes;
- **Silva e Alves (2016)** com o conceito de telejornalismo expandido, que descreve o processo de hibridização entre TV e redes sociais;
- **Coutinho (2018)** com a análise da materialidade audiovisual, centrada na forma como linguagem e estética operam sentido;
- **Reis e Thomé (2023)**, que discutem o papel da certificação como diferencial frente à desinformação;
- E ainda o conceito de efeito-espelho, proposto por **Hintzman (1990)**, em que perfis não jornalísticos simulam a estética de portais certificados.



Metodologia

O estudo adota uma **abordagem qualitativa**, com base na análise da **materialidade audiovisual** (Coutinho, 2018) das publicações do G1 no Instagram, entre 2018 e 2025.

São observados os formatos predominantes (reels, carrosséis e posts estáticos), suas características visuais, os elementos de linguagem e a presença dos jornalistas enquanto **"atores"** das **narrativas** (Soster, 2012).

O G1 como laboratório de imagem

Desde 2006, com o lançamento do portal (Globo, 2006), o G1 deixou de ser um mero repositório de conteúdos televisivos e se tornou um espaço de **experimentação narrativa digital**.

Um marco importante foi o quadro *G1 em 1 Minuto*, lançado em 2015 (Globo, 2025), que introduziu **notícias enxutas, linguagem mais informal** e apresentadores jovens, como Mari Palma, rompendo com o *dress code* tradicional do telejornalismo. Essa proposta antecipava a estética *mobile-first*, que abriu caminho para a consolidação das **pílulas jornalísticas** como unidade narrativa do jornalismo audiovisual nas redes.



A gramática das pílulas jornalísticas

As chamadas **pílulas jornalísticas** se consolidaram como o principal formato de circulação da notícia no digital: vídeos verticais, legendas dinâmicas, cortes rápidos e forte apelo visual.

Esse padrão responde à lógica da **economia da atenção**, conforme Desimone e Duncan (1995), onde estímulos salientes se destacam mais no fluxo visual das redes.

O desafio é manter o **rigor editorial** e apuração nesse formato condensado. O **G1** mantém esse rigor ao direcionar os usuários para links que complementam a notícia no *feed*, que estão na biografia do perfil no *instagram* (G1, 2025).

A evolução visual do portal G1 no Instagram

A identidade visual do G1 no Instagram passou por uma **transformação estratégica** ao longo dos anos, alinhando linguagem televisiva, estética *mobile-first* e lógica algorítmica.

Ano	Estilo predominante	Elementos visuais
2018	Estático, foto + legenda	Sem texto na imagem
2020	Inserção de caixas de texto	Layout ainda básico
2021	Estética TV + feed mobile	Texto em destaque, fontes maiores
2022	Minimalismo visual	Cor por editoria, poucos elementos
2023-24	Reels + estilo videocast	"Resumão", "react", podcast-style"
2025	Híbrido e interativo	Animações, colabs, estética algorítmica

DA TV AO FEED: TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO AUDIOVISUAL NA ERA DOS VÍDEOS ULTRACURTOS



2020

2021

2022

2023

2024

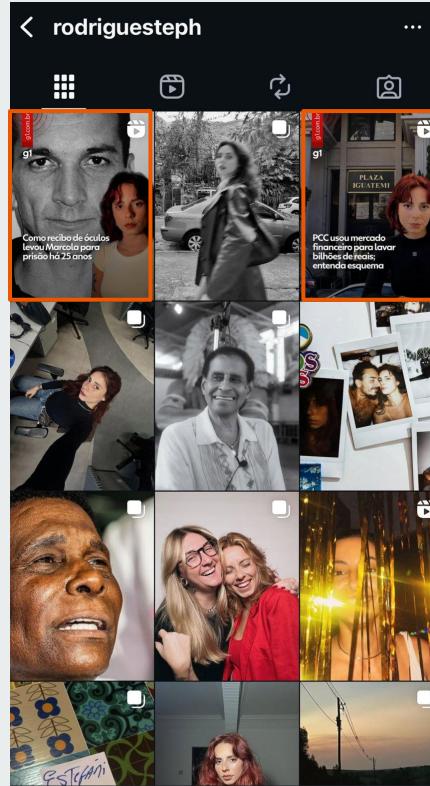
2025

Atorização e midiatização

Outro recurso observado é a **atorização** dos jornalistas, que passam a aparecer com frequência nas postagens, associando seus perfis pessoais às publicações oficiais (Soster, 2013).

Essa presença gera **conexão interpessoal** com o público e responde a uma dinâmica contemporânea da **midiatização**, onde o **bastidor** também vira conteúdo (Soster & Piccinin, 2012).

DA TV AO FEED: TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO
AUDIOVISUAL NA ERA DOS VÍDEOS ULTRACURTOS



Posts-matrizes refletidos no perfil pessoal da jornalista **Stephanie Rodrigues**. Os mesmos posts são exibidos também no perfil do G1.

O paradoxo do efeito-espelho e a disputa simbólica no ambiente digital

A estética do G1 no Instagram evoluiu para alinhar certificação (Thomé e Reis, 2023) jornalística e performance algorítmica.

No entanto, os mesmos códigos visuais que criaram autoridade passaram a ser replicados por criadores independentes, transformando a estética em campo de disputa simbólica.



Perfis grandes, como o **BrandsDecoded** (BrandsDecoded, 2025) ou a agência **Nozy Content** (Nozy Content Agency, 2025), e também pequenos, distantes da área da comunicação e jornalismo, apropriam-se dessa mesma gramática para reivindicar legitimidade, mesmo sem os protocolos de apuração que caracterizam o jornalismo profissional.

Isso cria o que Hintzman (1990) chamou de efeito-espelho: uma estética confiável sem a devida certificação (Thomé e Reis, 2023).

DA TV AO FEED: TRANSFORMAÇÕES DO JORNALISMO AUDIOVISUAL NA ERA DOS VÍDEOS ULTRACURTOS



BrandsDecoded

Nozy Content

Keli Lima

Considerações finais

O G1 representa um caso emblemático de **telejornalismo expandido** (Mello, 2016). Consegue equilibrar **certificação editorial** (Thomé e Reis, 2023), linguagem ágil, narrativas visuais eficientes e **performance algorítmica**. Mas vive a tensão entre sustentar autoridade e disputar atenção com produtores independentes que imitam sua forma, mas não sua apuração.

O desafio permanente é manter visível a legitimidade jornalística sem perder relevância em um ecossistema saturado por estímulos e marcado pela disputa simbólica com produtores independentes. Ao mesmo tempo, o percurso do G1 revela que o jornalismo audiovisual não apenas molda o ecossistema digital com sua gramática própria, mas também é moldado por ele, reconfigurando continuamente seus formatos e protocolos narrativos.

O futuro do jornalismo audiovisual nas redes dependerá justamente dessa capacidade de equilibrar a função pública da informação com as exigências de um ambiente regido pela velocidade, pelo engajamento e pela lógica do *scroll* infinito.

Referências

- Coutinho, I. (2018). Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: Da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In C. Emerim, I. Coutinho, & C. Finger (Orgs.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (Vol. 7, pp. 175–194). Insular.
- Desimone, R., & Duncan, J. (1995). Neural mechanisms of selective visual attention. *Annual Review of Neuroscience*, 18, 193–222.
- Finger, C. (2014). O telejornalismo na hipertelevisão: os desafios dos produtores e dos receptores das notícias no mundo multitelas. In Vizeu, A., Mello, E., Porcello, F., & Coutinho, I. (Orgs.), *Telejornalismo em questão: análises, conceitos e desafios*. Insular.
- Herman, D. (2000). Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*, 7(5), 330–340. <https://doi.org/10.1057/bm.2000.23>

Referências

Hintzman, D. L. (1990). Human learning and memory: Connections and distinctions among memory systems. *Annual Review of Neuroscience*, 13, 287–308.

Jenkins, H. (2007, maio 22). Transforming fan culture into user-generated content: The case of FanLib. *Confessions of an Aca-Fan*.
http://www.henryjenkins.org/2007/05/transforming_fan_culture_into.html

Jenkins, H. (2009). *Cultura da convergência* (2. ed.). Aleph.

Reis, M. A. (2024). Estratégias para frear a instantaneidade e a efemeridade aceleradas em ações preventivas contra a desinformação no cenário da temporalidade expandida. In J. Colussi, K. J. Woitowicz, & L. de L. Ito (Orgs.), *Noticiabilidade: reflexões* (1a ed., Vol. 1, pp. 142-174). Ria Editorial.

Referências

- Reis, M. A., & Thomé, C. de A. (2023). A certificação como conceito fortalecedor do telejornalismo em um cenário de desinformação e ataques partidários sucessivos. [Trabalho apresentado em Congresso] *21º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (Brasília, 2023).* SBPjor:
<https://proceedings.science/encontros-sbpjor/sbpjor-2023/trabalhos/a-certificacao-como-conceito-fortalecedor-do-telejornalismo-em-um-cenario-de-des?lang=pt-br>
- Reis, M. A., Thomé, C. A., & Piccinin, F. (2021). Verticalização no jornalismo audiovisual: Possibilidades narrativas para os direitos humanos. In C. Emerim, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Teorias do telejornalismo como direito humano* (Vol. 11, pp. 165–182). Insular.
- Silva, E. de M., & Alves, Y. M. (2016). Telejornalismo expandido: A apropriação de redes sociais e aplicativos pelo jornalismo televisivo. Trabalho apresentado no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, São Paulo, Brasil.

Referências

- Sodré, M. (2002). *Antropológica do espelho: Uma teoria da comunicação linear e em rede*. Vozes.
- Soster, D. de A. (2013). *Dialogia e atorização: Características do jornalismo midiatizado*. [Trabalho apresentado em Congresso] *11º Encontro Nacional dos Pesquisadores em Jornalismo*. SBPjor.
- Thomé, C., Piccinin, F., & Reis, M. A. (2020). Anatomias narrativas do telejornalismo contemporâneo e seus elementos certificadores. In C. Emerim, A. Pereira, & I. Coutinho (Orgs.), *Telejornalismo 70 anos: O sentido das e nas telas* (pp. 159–196). Insular.



Esse trabalho integra as atividades do MEI Studies.

madaracgm@gmail.com

marco.aurelio.reis@educacao.mg.gov.br

claudia.thome@ufjf.br