

DA SAPUCAÍ ÀS STORIES:¹

O papel do perfil do G1 no Instagram e a reinvenção da cobertura midiática do Carnaval brasileiro

Marcelo Pires de Oliveira²
Élmano Ricarte³

RESUMO

Esta pesquisa analisou como o perfil do G1 no Instagram cobriu o Carnaval de 2025. Os resultados mostram que a maior parte das publicações simplesmente replicou material já veiculado na televisão, oferecendo pouca mediação jornalística própria para o ambiente digital. Observamos que a plataforma digital não serviu como um espaço de inovação narrativa, mas sim como uma extensão do conteúdo televisivo, perdendo a oportunidade de explorar as particularidades e possibilidades únicas que o Instagram oferece para o jornalismo cultural.

PALAVRAS-CHAVE: Folkcomunicação; Jornalismo digital; Instagram; Carnaval; Mediação jornalística

INTRODUÇÃO

O Carnaval brasileiro mobiliza anualmente milhões de pessoas e movimenta bilhões na economia nacional. Em 2025, cerca de 53 milhões de foliões participaram da festa, gerando mais de 12 bilhões de reais (Redação, 2025). Tradicionalmente coberto pela televisão e portais digitais, o carnaval agora encontra nas redes sociais, especialmente o Instagram, um novo espaço de consumo informativo (Bomfim et al., 2020).

Entre os jovens da Geração Z, o Instagram representa 42% da fonte primária de informação (Parlamento Europeu, 2025), transformando como eventos culturais

¹ Trabalho apresentado para o GT 03 – Folkmídia e processos Midiáticos, integrante da programação da 22ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação – Folkcom 2025, realizado de 29 a 31 de outubro de 2025.

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

³ 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. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade Católica Portuguesa. Contato: elmano.ricarte@universidadeeuropeia.pt

tradicionais são apresentados e consumidos digitalmente. Este trabalho analisa como o Portal G1 cobriu no Instagram os desfiles de 2025.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A cobertura carnavalesca pelos meios de comunicação tem sido objeto de estudos acadêmicos que revelam a importância de examinar criticamente essas narrativas midiáticas (Ana, 2019; Conceição, 2023; Moratelli; Dias, 2021; Silva; Andrade, 2024). Embora o carnaval não tenha origem brasileira, consolidou-se como uma das suas principais festas populares que simbolizam a unidade cultural, manifestando-se nas escolas de samba, blocos de rua e bailes que divertem todas as classes sociais.

A teoria da Folkcomunicação, desenvolvida por Luiz Beltrão (2014), oferece fundamentos essenciais para compreender essas manifestações ao descrever as celebrações populares como "grandes oportunidades de comunicação" nas quais os grupos sociais periféricos expressam sua identidade sociocultural. A Folkcomunicação estuda a maneira pela qual as comunidades marginalizadas fazem das suas práticas tradicionais meios para manter identidades e resistir às narrativas dominantes.

As plataformas digitais têm remodelado as estruturas comunicacionais, ampliando a divulgação das práticas culturais e criando formas de disseminação narrativa. Durante a pandemia de COVID-19, essa transformação se intensificou quando as escolas de samba usaram criatividade para apresentar seus enredos em formatos virtuais, mantendo o engajamento comunitário (Ricarte, 2021).

A mediatização, conforme Hjarvard(2015), permite observar como acontecem as relações entre indivíduos, instituições sociais e meios de comunicação, analisando de que forma essas relações alteram a sociedade em sua cultura e dinâmicas sociais.

METODOLOGIA

Esta pesquisa adotou o estudo de caso descritivo, analisando as postagens do perfil do G1 no Instagram entre 26 de fevereiro e 5 de março de 2025. Segundo Yin(2005), o estudo de caso constitui "uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real"(Yin, 2005, p. 32), especialmente na medida em que os limites entre fenômeno e contexto não estão claramente definidos.

A estratégia analítica baseou-se na proposição de analisar as postagens do G1 a respeito dos festejos carnavalescos de 2025 no Brasil e percebeu-se que as postagens analisadas foram superficiais devido ao formato da plataforma. Foram identificadas e analisadas 104 postagens sobre carnaval no período estudado.

ANÁLISE E RESULTADOS

A análise das 104 postagens sobre o carnaval de 2025 revela um padrão de cobertura jornalística marcado pela superficialidade e repetição temática. A cobertura repetiu o padrão da emissora de televisão Globo, ao qual o portal G1 está associado. Esta ação demonstra uma tendência ao sensacionalismo e à espetacularização (Debord, 1997), priorizando aspectos visuais e curiosidades em detrimento de análises culturais mais profundas.

Há uma concentração excessiva em elementos como fantasias extravagantes, incidentes técnicos e celebridades, constituindo aproximadamente 40% do conteúdo analisado. Esta abordagem reflete uma lógica de entretenimento que reduz o carnaval a um produto midiático consumível, negligenciando suas dimensões antropológicas e sociológicas.

A repetitividade manifesta-se na cobertura redundante de temas similares: múltiplas menções a rainhas de bateria, homenagens recorrentes e descrições padronizadas de alegorias. Esta abordagem fragmentada impede uma compreensão holística do fenômeno carnavalesco.

Paradoxalmente, questões socialmente relevantes como inclusão, diversidade sexual e violência policial recebem tratamento marginal, representando menos de 10% da cobertura total. A predominância de conteúdo superficial sobre aspectos substantivos evidencia uma lacuna na mediação jornalística entre o evento cultural e seu público.

A análise sugere que a cobertura televisiva do carnaval opera segundo uma lógica de visibilidade imediata, privilegiando o espetacular sobre o significativo, resultando em uma narrativa empobrecida que não contempla a complexidade cultural e social do fenômeno carnavalesco brasileiro.

De acordo com Ricarte & Nobre (2013, p. 1), essa perspectiva denota “um olhar comum ao se retratar a cultura popular (...), cujas características podem revelar uma

epistemologia dominante”. Isto é, essa abordagem jornalística prioriza uma visão mais estética turística da expressão cultural em detrimento das vozes dos seus membros e participantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cobertura jornalística do G1 no Instagram caracteriza-se pela superficialidade e velocidade, priorizando o espetáculo em detrimento da produção de informação aprofundada sobre as transformações sociais contemporâneas. A abordagem midiática permanece limitada, reproduzindo principalmente conteúdo televisivo sem explorar as implicações culturais dessas inovações.

Esta superficialidade representa uma oportunidade perdida para compreender como os festejos carnavalescos estão evoluindo e se transformando ao longo do tempo, considerando as implicações para a preservação e transformação das manifestações culturais brasileiras.

A investigação sugere a necessidade de maior investimento em coberturas especializadas que contextualizem as temáticas existentes dentro do universo cultural carnavalesco, contribuindo para a compreensão dos processos de mediatização das práticas folkcomunicacionais contemporâneas.

REFERÊNCIAS

OLIOZI, Ana Carolilna Cometti. **O carnaval na TV**: análise da transmissão dos desfiles das escolas de samba do Rio de Janeiro nas telas das TVs Brasil e Globo. Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-graduação em Mídia e Cotidiano. Universidade Federal Fluminense, 2019.

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação**: um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.

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.

CONCEIÇÃO, Débora. A Bahia de todos os prazeres no horário do Jornal Nacional. **Cadernos de Linguagem e Sociedade**, v. 24, n. 1, p. 135–149, 10 jul. 2023.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espectáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

HJARVARD, Stig. Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias. **Revista Parágrafo**. v. 3, n. 2, 2015.

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.

RICARTE, Élmano. A expansão do processo de digitalização durante a pandemia de Covid-19. **Finisterra**, v. 55, n. 115, p. 53–60, 5 ago. 2021.

RICARTE, Élmano; NOBRE, Itamar de Moraes. **Um Olhar Hegemônico sobre a Cultura Popular no Fotojornalismo: um estudo de caso do Periódico Tribuna do Norte**. In: XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM. Anais do XXXVI CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0045-1.pdf>>

SILVA, Roberto Antônio De Sousa Da; ANDRADE, Regina Glória Nunes. Estação Primeira de Mangueira, mídia e sociabilidade virtual: uma experiência transnacional. **Cuadernos de Educación y Desarrollo**, v. 16, n. 10, p. e6102, 23 out. 2024.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2005.