

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

RAPHAELLA BORGES DE TOLEDO

QUEM TEM A VERDADE? A DESCONFIANÇA NO JORNALISMO E O PROTAGONISMO DOS NÃO JORNALISTAS

JUIZ DE FORA - MG

2026

RAPHAELLA BORGES DE TOLEDO

QUEM TEM A VERDADE? A DESCONFIANÇA NO JORNALISMO E O PROTAGONISMO DOS NÃO JORNALISTAS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para obtenção de grau de bacharel no curso de Jornalismo da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho

JUIZ DE FORA- MG

2026

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração
automática da Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Borges de Toledo, Raphaella .
QUEM TEM A VERDADE? A DESCONFIANÇA NO JORNALISMO E O PROTAGONISMO DOS NÃO JORNALISTAS / Raphaella Borges de Toledo. -- 2026.
106 p.

Orientadora: Iluska Maria da Silva Coutinho
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Comunicação Social, 2026.

1. Jornalismo. 2. Redes sociais. 3. Credibilidade. 4. Instagram. I. da Silva Coutinho, Iluska Maria , orient. II. Título.

AGRADECIMENTOS

Não poderia iniciar estes agradecimentos sem exaltar minha família, que caminhou ao meu lado em cada passo, oferecendo todo o apoio do mundo. Meu muito obrigada ao meu irmão, Raphael, que, desde o primeiro dia de aula presencial no pós-pandemia, nunca mediu esforços para me levar e buscar na faculdade.
Pai, Luiz Carlos de Toledo e mãe, Débora da Rocha Borges, este título também é de vocês. Vocês transformaram coragem em rotina e fizeram de tudo para que eu chegasse até aqui, sempre me ensinando a evoluir dia após dia.
Ao Matheus, meu agradecimento por ter sido presença constante e apoio ao longo de todo esse processo. Obrigada pela paciência nos dias difíceis e pelo incentivo nos momentos de dúvida.
À minha irmã de vida, Jennifer, obrigada por ser colo, apoio e força em todos os momentos dessa trajetória.
À minha orientadora, que foi muito além do papel acadêmico: foi mentora, suporte, acolhimento e amizade. Obrigada por tudo, Iluska, e obrigada também por me abrir as portas da sua família e me tratar como parte dela.
À amiga-irmã que a FACOM me deu, Thuany: só nós sabemos o caminho que percorremos para chegar até aqui. Mas chegamos juntas e ainda mais fortes. Obrigada por cada incentivo, cada puxão de orelha e cada momento de desabafo que nos manteve firmes.
À Thais Pífano, que, mais do que uma chefe, se tornou amiga e apoio ao longo deste último ano. Obrigada por me ensinar a viver o mundo de uma forma mais leve do que vinha sendo, mostrando que o trabalho também pode ser diversão, acolhimento e aprendizado diário.
À Mafe, Vanessa e Tais, que foram muito mais do que colegas de estágio: foram âncoras, encorajadoras e presentes que essa etapa me deu. Mais do que chefes, foram verdadeiras mentoras que se tornaram grandes amigas.
À família Barbosa, registro meu agradecimento pelo apoio, acolhimento e presença constantes ao longo dessa trajetória. Em momentos decisivos, vocês foram porto seguro, oferecendo incentivo e suporte sempre que necessário.
Aos Toledo's, tios, tias, Padrinho e madrinhas, meu carinho e gratidão por todo o apoio, acolhimento e presença ao longo dessa caminhada. Vocês foram porto seguro em momentos decisivos, oferecendo incentivo, escuta e afeto quando mais precisei.
Meu agradecimento especial à família Mansur, em especial ao Dr. Juscelio, que me incentivaram, apoiaram e ajudaram desde antes mesmo de eu ingressar na tão sonhada UFJF.

Este diploma é meu, mas também é de vocês. Obrigada por caminharem comigo, acreditarem nos meus sonhos e fazerem parte dessa conquista. Sem o apoio, o carinho e a força que recebi ao longo desses cinco anos, eu não teria chegado até aqui. Hoje, finalmente, saio daqui jornalista e vocês fazem parte dessa conquista. Obrigada a todos que de forma direta ou indireta me ajudaram a concluir este trabalho, nada disso seria possível sem o apoio de vocês, cada aprendizado, cada incentivo, cada conselho foi de muita valia neste longo processo de desenvolvimento!

Dedico este trabalho à memória de Maria Solange de Toledo — minha tia Solanginha — que, com muito afeto, acreditou em mim desde o começo e sempre me chamou de ‘minha linda, minha jornalista’. A esse amor que permanece vivo.

RESUMO

Este trabalho busca analisar como perfis jornalísticos e não jornalísticos constroem credibilidade no Instagram em Juiz de Fora, com foco específico em publicações sobre acidentes, um dos tipos de conteúdo que mais geram alcance, engajamento e disputa narrativa entre veículos tradicionais e criadores de conteúdo locais. A partir da Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), o estudo examina estratégias narrativas, visuais e de interação utilizadas por esses perfis, observando como elementos como velocidade da postagem, uso de imagens de forte impacto, escolhas de enquadramento, presença do enunciador e apelos emocionais ou técnicos influenciam a percepção de confiabilidade. Os resultados mostram que a credibilidade se torna um valor negociado entre técnica jornalística, performance comunicativa e lógicas de visibilidade e engajamento das plataformas, evidenciando novas formas de legitimidade na circulação de informações sobre acontecimentos cotidianos em cidades médias.

Palavras-chave: jornalismo; redes sociais; credibilidade; instagram.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Perfil oficial do jornal Tribuna de Minas no Instagram (@tribunademinas) 39

Figura 2 – Tela “Sobre esta conta” do perfil Tribuna de Minas no Instagram, com informações institucionais da plataforma 39

Figura 3 – Dados da plataforma Instagram sobre a sobreposição de audiência entre os perfis @tribunademinas e @jfdepressao 40

Figura 4 – Perfil do Instagram JF Depressão (@jfdepressao) 42

Figura 5 – Tela “Sobre esta conta” do perfil JF Depressão (@jfdepressao), com informações fornecidas pela plataforma 42

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 9

CAPÍTULO 2 – JORNALISMO E CREDIBILIDADE EM DISPUTA 13

2.1 O jornalismo profissional e seus desafios contemporâneos

2.2 Jornalismo e o dilema das redes

CAPÍTULO 3 – CENÁRIO DIGITAL E A ASCENSÃO DE NOVOS PROTAGONISTAS 24

3.1 Redes sociais como ambiente de circulação informativa

3.2 A lógica do engajamento: rapidez, linguagem informal e apelo emocional

CAPÍTULO 4 – JUIZ DE FORA NO CONTEXTO DA INFORMAÇÃO DIGITAL 36

4.1 A internet e o consumo de notícias na cidade

4.2 Perfis jornalísticos: Tribuna de Minas

4.3 Perfis não jornalísticos: JF Depressão

CAPÍTULO 5 – POSTAGENS SOB AS LENTES DA ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL ……..... 45

5.1 Aplicação da AMA aos perfis selecionados

5.2 Estratégias narrativas nos perfis

CAPÍTULO 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS 98

REFERÊNCIAS 103

INTRODUÇÃO

Em quem você confia quando busca informações nas redes sociais: nos perfis de veículos jornalísticos tradicionais ou em perfis que se apresentam como fontes informativas? Essa pergunta orienta o problema central desta pesquisa, que parte da observação de um fenômeno crescente no ambiente digital: a ascensão dos perfis informativos não jornalísticos nas redes sociais. O que antes era intermediado por instituições jornalísticas consolidadas hoje disputa a atenção do público com páginas independentes que se apresentam como informativas, que transmitem conteúdo semelhante ao noticioso, ou com aparência de notícia e fatos do dia a dia das cidades. O jornalismo, nesse contexto, é uma prática ligada à liberdade de expressão e ao direito à informação (Traquina, 2005). Dessa forma, compreender os hábitos de consumo informativo da população brasileira é fundamental para avaliar o alcance e a influência desses conteúdos. Christofoletti (2024) ressalta que os ecossistemas de desinformação disputam a atenção do público com a mídia convencional, o que torna urgente o fortalecimento de sistemas informativos robustos e socialmente confiáveis. Nesse contexto, pesquisas desenvolvidas no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA) da UFJF indicam que a credibilidade no jornalismo contemporâneo tende a se constituir menos como atributo exclusivamente institucional e mais como um valor relacional e personalizado, construído a partir de vínculos, recorrências e interações entre jornalistas, conteúdos e audiências nas plataformas digitais (Tostes; Coutinho, 2023; 2024; Rabelo; Coutinho; Pereira, 2024).

Segundo a PNAD Contínua 2023 (IBGE, 2024), o acesso à internet por meio do celular se consolidou como o principal meio de conexão no Brasil. Cerca de 88,9% da população com 10 anos ou mais possuíam celular, e entre essas pessoas, 97,5% usavam o aparelho para acessar a internet. Além disso, 93,6% dos domicílios já estavam conectados, evidenciando a abrangência da digitalização. A televisão aparece como o segundo dispositivo mais utilizado (53,5%), seguida por microcomputador (33,4%) e tablet (8,3%). Chama atenção também o crescimento de usuários idosos: de 6,5 milhões em 2016 para 24,5 milhões em 2024, um aumento de 278%. Essa mudança no ecossistema informativo exige uma revisão crítica sobre o próprio conceito de notícia e sobre os fatores que a constituem como tal. Esse cenário indica que o ambiente digital se tornou central para o consumo de informação no Brasil, influenciando como as notícias são acessadas, compartilhadas e legitimadas. Nesse ambiente fragmentado, a credibilidade, que antes era institucional, passa a ser também personalizada e mediada pelas interações sociais (Coutinho, 2024). Essa transição fragiliza o

lugar de autoridade ocupado pelos veículos jornalísticos tradicionais, e pelos profissionais habilitados para exercer tal função, além de reforçar o desafio contemporâneo não apenas de produzir informação de qualidade, mas também de reconstruir vínculo de confiança com o público.

Traquina (2005) observa que a notícia não é um simples reflexo da realidade, mas uma narrativa construída por meio de processos sociais, culturais e institucionais: “o jornalismo não é um espelho do mundo, mas uma construção social da realidade” (Traquina, 2005). Compreender as teorias do jornalismo torna-se, assim, essencial para identificar os critérios que definem o que é digno de se tornar notícia e os limites entre informação verificada e conteúdos opinativos ou desinformativos. Com foco nas redes sociais, especialmente o Instagram, este trabalho propõe investigar os impactos das transformações no ecossistema comunicacional contemporâneo, analisando como perfis jornalísticos e não jornalísticos constroem relações de proximidade, autoridade e engajamento com o público de Juiz de Fora.

O objetivo central é compreender as estratégias narrativas e discursivas utilizadas por esses perfis, observando de que forma sua linguagem e forma de enunciação influenciam a percepção de confiabilidade e relevância informativa. Desta forma, busca-se analisar como perfis jornalísticos e não jornalísticos no Instagram, atuantes em Juiz de Fora, constroem narrativas e estratégias audiovisuais que influenciam a percepção de legitimidade e relevância informativa no ambiente digital. Em vez de buscar mensurar diretamente a credibilidade atribuída pelos usuários – tarefa complexa que exigiria métodos quantitativos e de opinião pública mais amplos –, a proposta é compreender de que maneira a forma de enunciação, a linguagem e os recursos visuais e sonoros utilizados por esses perfis contribuem para criar um senso de proximidade, autoridade ou informalidade junto ao público. Para alcançar esse objetivo, a pesquisa se dedica a identificar os elementos narrativos e audiovisuais empregados por perfis jornalísticos tradicionais, como Tribuna de Minas, em contraste com os perfis amadores como o JF Depressão, que não possuem vínculo direto com o jornalismo profissional. Busca-se observar como esses diferentes formatos de produção de conteúdo estruturam estratégias discursivas para atrair e engajar os usuários, disputando legitimidade informativa no ecossistema digital.

Nesse sentido, a pesquisa adota a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), conforme proposta metodológica desenvolvida por Iluska Coutinho em Análise da Materialidade Audiovisual: caminhos metodológicos para o estudo do jornalismo e da

comunicação (2016) e aprofundada em Dramaturgia do Telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão (2018), como eixo central para compreender a construção de significados e os modos de recepção dos conteúdos pelo público. Conforme argumenta a autora, a materialidade audiovisual não atua como mero suporte da informação, mas como dimensão constitutiva da produção de sentidos, ao organizar enquadramentos, temporalidades e modos de endereçamento que orientam a leitura do acontecimento (Coutinho, 2016).

A escolha da AMA como método central deste estudo justifica-se pela crescente centralidade da linguagem audiovisual nos ambientes digitais contemporâneos, especialmente em plataformas híbridas que articulam texto, imagem, som e interatividade em fluxos marcados pela velocidade e pela imediaticidade. Em redes sociais como o Instagram, a construção da credibilidade e da autoridade informativa encontra-se intrinsecamente vinculada à forma estética, à dinâmica de enunciação, ao ritmo da edição, à seleção de elementos sonoros e às estratégias de interação com a audiência, aspectos que, segundo Coutinho (2018), compõem a dramaturgia da informação e tornam o acontecimento inteligível, reconhecível e socialmente relevante. Dessa forma, a metodologia possibilita uma análise aprofundada dos perfis estudados, evidenciando as estratégias comunicacionais e discursivas mobilizadas para legitimar informações e engajar audiências, tanto em contextos jornalísticos institucionais quanto em espaços informativos alternativos no ambiente digital.

Além disso, a experiência acumulada em iniciativas como o Apuraí – que utiliza a AMA e outras abordagens críticas para analisar conteúdos digitais e combater a desinformação – inspira a escolha metodológica deste estudo. Assim como o projeto extensionista da UFJF, esta pesquisa busca compreender não apenas o conteúdo informativo, mas a forma como ele é performado e percebido nas redes sociais, enfatizando os aspectos audiovisuais que moldam a credibilidade e o engajamento do público. Este trabalho, portanto, não pretende definir quais perfis são mais ou menos confiáveis, mas sim refletir sobre os mecanismos de legitimação, os modos de engajamento e as disputas narrativas que se estabelecem entre o jornalismo tradicional e as fontes alternativas de informação no contexto local de Juiz de Fora. Além de examinar os elementos que contribuem para que um conteúdo seja percebido como legítimo ou digno de atenção, mesmo quando produzido por atores fora do jornalismo profissional. Nesse contexto, destaca-se o contraste entre perfis alternativos, como o JF Depressão, que recorrem a uma linguagem mais informal e estratégias de proximidade com o público, e veículos tradicionais, como a Tribuna de Minas, que mantêm

um padrão editorial alinhado aos valores clássicos do jornalismo. Essa diferença de abordagem impacta diretamente o nível de engajamento e a forma como os conteúdos são recebidos e interpretados pelos usuários da plataforma. A intenção é compreender os fatores que influenciam essa avaliação e refletir sobre os impactos desse fenômeno na formação da opinião pública local. Compreender essas dinâmicas é fundamental em uma época marcada pela sobrecarga de informações, pela desinformação e pela crise de confiança nas instituições tradicionais. Este estudo pretende, portanto, contribuir para o debate acadêmico sobre o futuro do jornalismo e os novos caminhos da comunicação na era digital.

O problema de pesquisa que orienta este trabalho pode ser formulado da seguinte forma: Quais fatores e estratégias são mobilizados por perfis informativos no Instagram para produzir e sinalizar confiança junto à população de Juiz de Fora, e como essas estratégias se distribuem entre páginas jornalísticas e não jornalísticas, considerando que a efetiva apropriação dessa confiança demandaria uma pesquisa de recepção? Já a relevância deste estudo se justifica pela necessidade de compreender o atual comportamento informacional dos usuários em uma época em que a desinformação e a crise de confiança nos meios tradicionais desafiam o próprio conceito de jornalismo, e o crescimento nos números de interações dos usuários de redes sociais em páginas que se propõem a serem informativas sobre a cidade. Ao investigar as percepções de credibilidade e as motivações por trás da confiança depositada em diferentes tipos de perfis, pretende-se contribuir para o debate acadêmico sobre a mediação da informação no ambiente digital e oferecer reflexões para o campo da comunicação.

Desse modo, o estudo buscou discutir como o fenômeno da *infodemia*[1] e a fragmentação do ecossistema informativo digital impactam a relação entre público, informação e confiança, ampliando a relevância da investigação para o debate sobre o futuro do jornalismo e da comunicação em contextos de sobrecarga informacional. O corpus do trabalho foi constituído por publicações veiculadas no primeiro semestre de 2025, período que possibilitou a observação de tendências e estratégias contemporâneas na produção e circulação de informações na rede social analisada.

---

[1] *Infodemia:* é o excesso de informação, incluindo informações falsas ou enganosas, em ambientes digitais e físicos durante um surto de doença. Ela causa confusão e comportamentos de risco que podem prejudicar a saúde. Também leva à desconfiança nas autoridades de saúde e mina a resposta da saúde pública (...) https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1

CAPÍTULO 2 – JORNALISMO E CREDIBILIDADE EM DISPUTA

Em um contexto marcado por profundas transformações no ecossistema informativo, refletir sobre o jornalismo implica compreender os fundamentos éticos, sociais e históricos que sustentaram, ao longo do tempo, sua legitimidade perante a sociedade. Enquanto prática social institucionalizada, o jornalismo consolidou-se como mediador da realidade e agente central da esfera pública, assumindo o compromisso com a verdade factual, o interesse público e a responsabilidade social. Esses princípios, construídos historicamente, conferiram ao jornalismo um lugar de autoridade simbólica, baseado na confiança coletiva e na expectativa de que a informação produzida obedecesse a critérios de verificação, transparência e compromisso democrático. A credibilidade, nesse sentido, constitui-se como um valor estruturante do jornalismo profissional, sendo resultado de um contrato simbólico estabelecido entre os veículos informativos e a sociedade. Esse valor não se limita à dimensão técnica da apuração, mas está profundamente vinculado à função social do jornalismo enquanto instituição capaz de organizar o debate público, fortalecer a cidadania e produzir capital social. Ao longo de sua trajetória, o jornalismo foi reconhecido como uma instância legítima de hierarquização dos acontecimentos e de representação da realidade, papel que se sustentou, sobretudo, na confiança social construída de forma cumulativa.

Contudo, no ambiente comunicacional contemporâneo, esse lugar de autoridade passa a ser tensionado. A aceleração tecnológica, a plataformização da informação e a expansão das redes sociais alteraram profundamente as dinâmicas de produção, circulação e consumo das notícias. Nesse novo cenário, o jornalismo profissional deixa de ocupar uma posição central exclusiva nos fluxos informativos e passa a disputar atenção, visibilidade e confiança com múltiplos atores comunicacionais, muitos dos quais não compartilham dos mesmos compromissos éticos ou profissionais. A credibilidade, antes fortemente associada às instituições jornalísticas, passa a ser progressivamente negociada nas interações sociais, mediada por algoritmos e personalizada nas figuras de comunicadores e perfis informativos. Esse processo se intensifica em contextos marcados pela *infodemia* e pela desinformação, nos quais o excesso de conteúdos, a velocidade da circulação e a ausência de critérios de checagem dificultam a identificação de fontes confiáveis. A competição simbólica entre o jornalismo profissional e iniciativas informativas não especializadas redefine os parâmetros de legitimidade da informação, fragilizando a confiança pública e deslocando o eixo da credibilidade do plano institucional para relações mais personalizadas e afetivas com o público.

Diante desse cenário, este capítulo tem como objetivo discutir o jornalismo e a credibilidade como valores em disputa, articulando duas dimensões centrais. Primeiramente, aborda-se a constituição histórica e social do jornalismo profissional, seus princípios, desafios e o papel desempenhado pela imprensa na consolidação da confiança social. Em seguida, analisa-se como as transformações do ambiente digital, especialmente as redes sociais, a emergência de perfis informativos não jornalísticos, reconfiguram as dinâmicas de autoridade e confiança, dando origem a novas formas de legitimação da informação. Ao situar a credibilidade como um valor simbólico em constante negociação, o capítulo estabelece as bases teóricas necessárias para compreender as disputas contemporâneas em torno da informação no espaço público digital, especialmente em contextos locais como o de Juiz de Fora.

2.1 O jornalismo profissional e seus desafios contemporâneos

Uma das referências teóricas importantes nas chamadas teorias do jornalismo, Nelson Traquina contribui para o debate, ao destacar que a responsabilidade do jornalista está centrada na busca pela verdade factual, mesmo diante das limitações impostas pela profissão. Segundo Traquina (2005), o jornalista tem um papel fundamental na manutenção da democracia e da esfera pública, sendo responsável por apurar, selecionar e divulgar informações com responsabilidade e compromisso com a verdade. Em sua obra Teorias do Jornalismo: por que as notícias são como são, o autor afirma:

> A primeira “teoria” oferecida para explicar porque as notícias são como são é a teoria oferecida pela própria ideologia profissional dos jornalistas (pelo menos nos países ocidentais). É a teoria mais antiga e responde que as notícias são como são porque a realidade assim as determina. Central à teoria é a ideia-chave de que o jornalista é um comunicador desinteressado, isto é, um agente que não tem interesses específicos a defender e que o desviam da sua missão de informar, procurar a verdade, contar o que aconteceu, doa a quem doer. (TRAQUINA, 2005, p. 112).

Essa concepção reforça o entendimento de que o jornalismo, ainda que não isento de influências, deve se comprometer com a transparência, com o interesse público e com a construção de uma informação qualificada e ética. Assim, o dever do jornalista não se resume à transmissão de dados, mas se estende à mediação crítica da realidade social, contribuindo para a formação de uma cidadania ativa e informada. Nesse sentido, refletir sobre os deveres do jornalista também implica revisitar as bases históricas e sociais da atividade, entendendo como essa função se consolidou ao longo do tempo. Entender essas mudanças exige olhar para a origem do jornalismo, que, enquanto prática sistematizada de coleta, produção e

difusão de informações de interesse público, está intimamente ligada à evolução dos meios de comunicação escritos e ao desenvolvimento da imprensa.

Seu nascimento é comumente associado à invenção da prensa por Johannes Gutenberg, por volta de 1450, na Alemanha, uma revolução tecnológica que permitiu a reprodução em massa de textos e abriu caminho para a democratização do acesso à informação. O jornalismo nasce em articulação com a modernidade, o desenvolvimento tecnológico e a emergência de uma opinião pública politicamente ativa, tendo sua trajetória marcada por disputas entre liberdade de imprensa, interesses econômicos e o compromisso com a verdade factual. Os marcos tecnológicos possibilitaram a reprodução em massa de textos e revolucionou o acesso à informação na Europa (Ramos, 2005). Contudo, os primeiros periódicos jornalísticos reconhecidos datam do século XVII. Em 1631, o francês Théophraste Renaudot lançou o periódico "La Gazette", com apoio do cardeal Richelieu, consolidando a função informativa impressa com periodicidade regular (Pena, 2006). No século XVIII, com o Iluminismo e o fortalecimento da esfera pública burguesa, os jornais tornaram-se fundamentais para a circulação de ideias políticas e filosóficas, exercendo papel importante em processos como a Revolução Francesa. A profissionalização do jornalismo como atividade especializada ocorreu gradualmente, sobretudo a partir do século XIX, com a expansão dos jornais diários e o surgimento das agências de notícias. Esses avanços foram acompanhados pela consolidação de técnicas de apuração e redação, além da adoção de princípios éticos e editoriais que ainda sustentam a prática jornalística contemporânea (Kunczik, 2002). Em 1808 no Brasil, o primeiro jornal era editado e publicado em Londres, o “Correio Braziliense”, em suma discute temas os problemas da colônia, no mesmo ano, foi fundado no Rio de Janeiro o periódico "Gazeta do Rio de Janeiro", o primeiro impresso oficial do Brasil (Luca, 2005).

Nos aproximando mais do nosso objeto de estudo, o jornalismo na cidade de Juiz de Fora, conhecida como a “Manchester Mineira”, localizada na Zona da Mata de Minas Gerais, a cerca de 200 km de Belo Horizonte, cidade fundada na década de 1850. A imprensa no município tem origem nas primeiras décadas do século XIX, quando os primeiros periódicos começaram a ser publicados de forma esporádica. Entre eles, destacam-se “O Pharol”, fundado em 1866 em Paraíba do Sul e transferido para Juiz de Fora em 1870, que tornou-se o primeiro veículo a se consolidar como diário a partir de 1885, mantendo circulação até 1939 (PJF, 2005). Outras publicações pioneiras, como “O Constituinte” e “O Imparcial”, datam de cerca de 1870, ainda que com trajetórias menos duradouras. Essa fase abriu caminho para o que se tornaria o extrato mais robusto da imprensa local nas décadas seguintes. Em 1912 foi

fundado o “Diário Mercantil”, convertido em diário em 1917 e mantido em atividade até 1983, tornando-se o mais longevo entre os impressos da cidade. Na mesma década também surgiram publicações culturais importantes, como “O Lince” (1912–1979) (OBINOMIO, 2016). A década de 1930 trouxe uma profusão de periódicos, reforçando o papel de Juiz de Fora como polo jornalístico em Minas Gerais: destacou-se a criação de jornais como A Tribuna (1930–1933), O Medium (1932–1950), O Sigma, Folha Mineira (1934–1977) e Folha da Manhã (1935–1937). As primeiras décadas do século XX também marcaram o pioneirismo na comunicação de massa: em janeiro de 1926 foi criada a PRA-J, a primeira emissora de rádio de Minas Gerais, posteriormente incorporada à Rádio Sociedade de Juiz de Fora, inaugurada em 1929 (Musse, 2006).

Em 1921 foi criada a Associação da Imprensa de Minas Gerais em Juiz de Fora, atestando a importância institucional da imprensa local (Musse, 2006). De acordo com Christina Ferraz Musse (2006), em sua tese “Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora”, a imprensa local exerceu influência decisiva na representação simbólica da cidade e na formação de sua identidade cultural. Assim como em outras cidades brasileiras, a imprensa de Juiz de Fora sofreu os impactos diretos do regime militar instaurado em 1964. No início, parte dos jornais locais, como o *Diário Mercantil*, adotou uma postura neutra ou até favorável ao golpe, reproduzindo discursos oficiais que justificavam a tomada do poder como forma de “restaurar a ordem”. Porém, com o endurecimento do regime a partir do AI-5, o controle da informação se tornou sistemático, atingindo também os veículos regionais.

A cidade, que era um polo industrial e político relevante em Minas Gerais, foi alvo de vigilância por parte dos órgãos de segurança. Rádios e jornais tiveram suas pautas controladas e passaram a evitar temas considerados subversivos, como denúncias de tortura, greves operárias e críticas ao governo militar. De acordo com Christina Musse (2006), durante o golpe e os anos de repressão, veículos como o Diário Mercantil e o Diário da Tarde enfrentaram censura direta, sendo obrigados a suprimir matérias políticas e adaptar seus conteúdos para não sofrer sanções. Apesar das restrições, também houve espaços de resistência simbólica. Publicações menores e de caráter cultural ou estudantil, ainda que vigiadas, circulavam com abordagens indiretas sobre o contexto político. Na década de 1970, em plena vigência da censura, movimentos acadêmicos da UFJF criaram boletins e jornais estudantis que denunciavam de forma velada os abusos do regime.

A repressão também afetou jornalistas locais, muitos foram interrogados, e alguns chegaram a abandonar a profissão por medo de perseguição. Essa realidade refletia o que acontecia nacionalmente, onde redações como as de O Estado de S. Paulo e Jornal do Brasil conviviam com censores instalados nas redações (Fico, 2004). Com a abertura política gradual a partir de 1979 e a Lei da Anistia, Juiz de Fora também viveu um processo de retomada da liberdade de expressão. Com o declínio dos Diários, encerramento do Diário Mercantil em 1983, emergiu a Tribuna de Minas, criada em 1° de setembro de 1981 por Juracy Neves com o propósito de dar voz ao povo da região (Memórias Da Imprensa, 2015). A Tribuna rapidamente se consolidou como principal jornal local, aderindo à imprensa colorida em 1994 e sofrendo diversas reformulações gráficas e editoriais (Memórias Da Imprensa, 2015). A consolidação da imprensa em Juiz de Fora, que perdurou pelos séculos XIX e XX, foi marcada por momentos de abertura institucional e, por outro lado, períodos de censura. Ao longo do tempo, o jornalismo local evoluiu, incorporando a rádio, adaptando-se ao contexto político, até chegar ao modelo contemporâneo, que equilibra o impresso tradicional com plataformas digitais e a preservação da memória por meio de acervos acadêmicos.

Apesar da vasta cobertura digital em Juiz de Fora, ainda persistem desafios de inclusão em áreas mais remotas e entre grupos vulneráveis. No entanto, com uma infra-estrutura consolidada em educação, cultura e serviços públicos, Juiz de Fora permanece como um importante pólo regional, articulando sua rica história com a dinâmica de um futuro conectado e plural. Esse cenário de conectividade ampliada, embora favoreça o acesso à informação, também expõe a população a novos desafios, sobretudo no ambiente digital. A facilidade de acesso às redes sociais e plataformas informativas não garante, por si só, o consumo crítico e qualificado das notícias.

Em Juiz de Fora, assim como em outras cidades brasileiras, a expansão da comunicação digital vem acompanhada pela proliferação de conteúdos de origem duvidosa, muitas vezes difundidos por perfis que não possuem vínculo com o jornalismo profissional. Essa realidade revela que o avanço tecnológico, quando não é acompanhado por práticas de educação midiática e fortalecimento da comunicação pública, pode intensificar problemas já existentes no ecossistema informativo, como a desinformação e a perda de credibilidade das fontes tradicionais.

Ao longo de sua trajetória, o jornalismo consolidou-se como uma instituição social que vai além da simples produção de notícias: ele atua como mediador da realidade e

construtor da esfera pública. Schudson (2011) destaca que a principal função do jornalismo é "produzir e disseminar informações" de interesse público e relevância social, permitindo que a sociedade organize o debate coletivo e sustente a democracia. Essa perspectiva é compartilhada por Silva (2012), que reforça seu papel em uma sociedade democrática, ao informar os cidadãos de forma qualificada e oferecer testemunhos da realidade. Nessa lógica, o jornalismo não apenas comunica fatos, mas também constrói capital social, entendido como o conjunto de valores, recursos e vínculos que fortalecem o tecido coletivo.

Autores como Putnam apontam que as organizações sociais, e, entre elas, o jornalismo, são formas formais de capital social, pois conectam redes, estimulam o engajamento cívico e favorecem o pertencimento comunitário. Já Lin (2001) e Coleman (1988) reforçam que o acesso à informação e a circulação de conteúdos verificados são, por si, bens fundamentais para o coletivo, pois alimentam a confiança social e fortalecem a coesão democrática. Assim sendo, a credibilidade emerge como um valor simbólico essencial do jornalismo, sendo construída ao longo do tempo com base em princípios de verificação, responsabilidade e compromisso com o interesse público. Esse valor é concedido pela sociedade em troca da função social que o jornalismo cumpre – uma espécie de contrato implícito em que os cidadãos reconhecem a legitimidade da mídia para hierarquizar fatos e representar a realidade.

Contudo, no ambiente digital, essa relação histórica passa por profundas transformações. No século XXI houve aceleração das tecnologias, e de seu uso intensivo na produção e consumo de informações.

2.2 Jornalismo e o dilema das redes

As redes sociais contribuíram para a diluição da centralidade do jornalismo tradicional nos fluxos informativos contemporâneos, inserindo-o em um ecossistema marcado pela coexistência e pela disputa com novos atores comunicacionais, muitos dos quais não operam segundo critérios consolidados de apuração ou ética profissional. Trata-se, contudo, de um movimento que se articula a transformações mais amplas do ecossistema midiático e social, das quais as plataformas digitais são também um sintoma. Nesse cenário fragmentado, a credibilidade, historicamente ancorada em instituições jornalísticas, passa a ser cada vez mais personalizada e mediada pelas interações sociais, o que relativiza o lugar de autoridade anteriormente ocupado pelos veículos tradicionais. É nesse contexto que se insere o fenômeno da infodemia, que intensifica a competição simbólica e informativa entre o jornalismo profissional e fontes não especializadas.

A *infodemia*, intensificada durante a pandemia de COVID-19, evidenciou um problema já presente no ambiente digital: a competição desleal entre o jornalismo profissional e as fontes informativas não especializadas. Com o excesso de informações – muitas vezes sem apuração, fora de contexto ou deliberadamente falsas – o público passou a ter dificuldade em identificar conteúdos confiáveis, o que provocou uma crise de credibilidade nas instituições tradicionais. Barbosa e Coutinho (2023) destacam que a *infodemia* amplia a confusão social, fragilizando a confiança coletiva e favorecendo ecossistemas de desinformação que disputam atenção com a mídia convencional. No caso do jornalismo, historicamente construído sobre valores como verificação, imparcialidade e compromisso com o interesse público, a *infodemia* representa um desafio duplo: competir com a velocidade e a linguagem atrativa dos perfis não jornalísticos, ao mesmo tempo em que busca reconquistar a confiança do público, muitas vezes descrente das mídias tradicionais (Christofoletti, 2024).

Diante da escassez de veículos jornalísticos tradicionais em municípios da Zona da Mata Mineira, observa-se o crescimento de canais de jornalismo amador, que tentam suprir as lacunas informativas deixadas pelos chamados desertos de notícias. Esse fenômeno revela como o vácuo da imprensa local tem sido ocupado por iniciativas digitais populares, ainda que muitas vezes sem rigor jornalístico (Almeida; Bhering; Coutinho, 2024). Essa realidade também está relacionada à fragilidade do jornalismo local, que em muitos municípios brasileiros é inexistente ou limitado. Os chamados desertos de notícias, territórios sem cobertura jornalística regular, ampliam o espaço para páginas e perfis informativos sem compromisso com as práticas convencionais de apuração. Esta teoria descreve territórios, rurais ou urbanos, que carecem de meios jornalísticos locais, sem veículos impressos ou digitais que realizem cobertura relevante para a comunidade.

O termo surgiu nos Estados Unidos, no final da primeira década do século XXI, impulsionado por estudos como *The Expanding News Desert* de Penelope Muse Abernathy, que identificaram o fechamento em massa de jornais locais e alertaram para os riscos à democracia decorrentes da ausência de informação comunitária. Abernathy (2018) define um deserto de notícias como “uma comunidade, seja rural ou urbana, com acesso limitado a notícias e informações confiáveis que alimentam a democracia na base”. Martins (2022) reforça que essa conceituação está alinhada ao que Abernathy (2016) descreve como *news deserts*, ou seja, localidades nas quais a população não tem acesso a jornalismo local que contribua para o exercício da cidadania e para o fortalecimento da democracia. Com base na dissertação de Cézar Franco dos Santos Martins (2022) os estudos acadêmicos brasileiros

sobre desertos de notícias têm aumentado nos últimos anos, com maior concentração a partir de 2020, ainda que o conceito seja recente no país, já que o conceito, originado nos Estados Unidos, tem sido aplicado no Brasil a partir de 2017.

No Brasil, o conceito foi incorporado pelo Atlas da Notícia, elaborado pelo Projor em parceria com o Volt Data Lab, que mapeia regularmente a presença de veículos jornalísticos locais em municípios brasileiros, sem veículos locais próprios, revelando uma realidade de mais da metade dos municípios brasileiros nessa condição. A sétima edição do Atlas, divulgada em julho de 2025, apontou que 2.504 dos 5.570 municípios brasileiros – aproximadamente 10,2% da população – ainda vivem em desertos de notícias, sem cobertura jornalística local regular (Atlas Da Notícia, 2025). Entretanto, o relatório também registrou uma redução de 7,7% no número de desertos, com 208 municípios saindo dessa condição graças ao surgimento de iniciativas digitais: de 5.245 veículos on-line em 2023 para 5.712 em 2025 (Atlas Da Notícia, 2025). Esses estudos evidenciam que a expansão de veículos digitais – blogs, pequenos sites e páginas em redes sociais – têm desempenhado papel vital na redução dos desertos de notícias, especialmente nas regiões Norte e Nordeste (ABRAJI, 2025). Ainda assim, a transição é desigual: cerca de metade dos municípios brasileiros continua sem imprensa local, e muitos outros permanecem em “quase desertos”, com cobertura limitada (ABRAJI, 2025).

A importância do jornalismo local vai além da simples transmissão de informação. Ele está intimamente ligado à promoção da transparência, à fiscalização do poder público e ao fortalecimento do vínculo comunitário. Em contextos onde a imprensa local desaparece, proliferam-se informações imprecisas, rumores e descrença nas instituições, fragilizando a esfera pública e reduzindo a capacidade de resposta da cidadania organizada (Abernathy, 2018). Apesar dos dados apresentados, Juiz de Fora não se enquadra nessa condição, a cidade abriga veículos tradicionais e consolidados, como o jornal Tribuna de Minas, que mantêm rotinas profissionais de apuração, produção e circulação de informações. Além disso, conta com cursos superiores de Jornalismo, tanto em instituição federal quanto em instituições particulares de ensino superior, o que contribui para a formação de profissionais qualificados e para o desenvolvimento de iniciativas jornalísticas locais.

No entanto, mesmo em um contexto com produção noticiosa estruturada, observa-se o crescente protagonismo de perfis alternativos no Instagram, onde esta disputa pela atenção se intensifica. Perfis como JF Depressão ganham engajamento ao adotarem uma linguagem informal, sensacionalista ou com apelo emocional - como acidentes e ocorrências policiais. Estes perfis conquistam a atenção do público pela agilidade na publicação, ainda que muitas

vezes sem apuração. Em contraposição, os veículos tradicionais, como Tribuna de Minas, seguem critérios editorias e práticas de checagem que podem torná-los menos ágeis ou menos atrativos aos usuários habituados ao consumo rápido e fragmentado das informações.

Essa dinâmica confirma que, no ambiente digital, a credibilidade passa a ser progressivamente personalizada e mediada pelas interações sociais, deixando de se constituir apenas como um valor institucional. Como discutem Pereira e Landim (2023), no contexto de disputa entre meios de comunicação de massa e plataformas digitais, a autoridade informativa e a credibilidade são renegociadas a partir das dinâmicas de circulação, visibilidade algorítmica e engajamento, deslocando o poder simbólico historicamente concentrado nos veículos jornalísticos tradicionais. Tal perspectiva dialoga diretamente com a noção de credibilidade como valor personalizado proposta por Coutinho (2024), ao evidenciar que a confiança informativa se constrói também na relação entre narrativas, sujeitos comunicadores e públicos. Outro aspecto relevante é que a transformação do ecossistema informativo não se restringe a regiões marcadas pela escassez de cobertura jornalística. Mesmo cidades com infraestrutura midiática consolidada vivenciam o deslocamento da audiência e da credibilidade para fontes que não estão necessariamente vinculadas ao jornalismo profissional, fenômeno intensificado pela centralidade das plataformas digitais e por suas lógicas próprias de circulação e legitimação da informação (Pereira; Landim, 2023).

Essa mudança de cenário levanta questões relevantes sobre a percepção de credibilidade, a confiança dos usuários e a redefinição dos critérios de legitimidade da informação no ambiente digital. A credibilidade no jornalismo contemporâneo tem se deslocado progressivamente da institucionalidade dos veículos para a figura de seus apresentadores e repórteres. Esse processo, denominado por Iluska Coutinho (2022 e 2024) como personalização da credibilidade, atua como um atalho cognitivo diante da sobrecarga informacional e da fragmentação do ecossistema midiático. Ao analisar a jornalista Andréia Sadi em suas redes sociais, Coutinho mostra como ela estabelece uma relação direta com o público a partir de sua atuação em múltiplas telas, reforçando vínculos de confiança com base em sua presença constante, linguagem personalizada e reputação construída na cobertura política.

Essa lógica se aproxima das dinâmicas observadas em perfis informativos locais estudados neste trabalho, que, mesmo sem o respaldo de jornalistas profissionais, criam laços de confiança com os seguidores pela frequência das postagens, uso de linguagem informal e proximidade com o cotidiano da população. Esse deslocamento de autoridade informativa é

analisado por Gustavo Pereira e Iluska Coutinho (2024), ao investigarem as disputas por legitimidade no Twitter entre o público e o Jornal Nacional. Eles argumentam que, diante da crise de confiança nos meios tradicionais, os usuários assumem uma postura mais ativa na mediação e contestação da informação, configurando o que se define como “Quinto Poder”. Essa lógica ajuda a compreender a ascensão dos perfis locais, que se colocam como fontes legítimas mesmo fora dos marcos do jornalismo profissional. Essa transformação desafia a lógica clássica do jornalismo e abre espaço para novas formas de mediação informativa.

Nesse contexto, iniciativas acadêmicas têm se destacado no combate à desinformação, desenvolvendo projetos de checagem de fatos e literacia midiática. No Brasil, a parceria entre o Supremo Tribunal Federal e projetos universitários confere legitimidade e apoio a essas ações, permitindo que o ambiente acadêmico contribua de forma ativa para a preservação da verdade e da democracia. O Apuraí - Núcleo de Combate à Desinformação, fruto desta parceria, é um projeto de extensão vinculado ao Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (NJA), coordenado pelas professora Kérley Winques, Iluska Coutinho e pelo professor Gustavo Pereira na Faculdade de Comunicação da UFJF. O recurso deste projeto envolve o monitoramento de conteúdos digitais, checagem de notícias, orientação da comunidade para segurança digital e capacitação de alunos da graduação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM-UFJF). Os conteúdos produzidos buscam aliar a pesquisa acadêmica e o compromisso social, ocupando um papel estratégico no combate à desinformação. Isto pois amplia o alcance do conhecimento acadêmico, promovendo a conscientização da sociedade e oferecendo ferramentas para a checagem de fatos. Ou seja, iniciativas como o Apuraí reforçam a relevância da universidade como agente ativo na mediação da informação e contribuem para o fortalecimento de uma cultura informativa comprometida com o interesse público, especialmente em contextos locais como o de Juiz de Fora.

A investigação proposta no atual trabalho se torna ainda mais relevante diante do atual cenário global, em que a desinformação tem se tornado um dos maiores desafios enfrentados pelas sociedades contemporâneas. Como destaca Christofoletti (2024, p. 11), a desinformação “não só causa confusão social”, mas também compromete a saúde do debate público, enfraquece os sistemas de crença compartilhados e coloca em risco a própria convivência democrática.

> A desinformação se tornou um dos maiores desafios globais não só porque cause confusão social. Conteúdos fraudulentos envenenam o debate público e contribuem para a rápida deterioração dos sistemas de crença que sustentam a confiança

> compartilhada e a convivência democrática. Não é mais segredo que ecossistemas de desinformação disputem com a mídia convencional a atenção das pessoas. Os efeitos têm sido devastadores. Uma maneira efetiva de combate à desinformação é o fortalecimento de sistemas informativos robustos, capazes de promover e restituir a confiança pública nas instituições. (...) (Christofoletti, 2024, p. 11).

Diante desse cenário alarmante, torna-se urgente refletir sobre os mecanismos que podem restabelecer a credibilidade no ambiente informacional, especialmente nas esferas locais, onde o impacto da desinformação pode ser ainda mais direto e perceptível no cotidiano das pessoas. A análise da maneira como diferentes perfis informativos, jornalísticos ou não, constroem sua autoridade narrativa nas redes sociais contribui para esse esforço de diagnóstico e enfrentamento.

A ascensão de ecossistemas de desinformação que competem com a mídia convencional pela atenção do público tem gerado efeitos preocupantes e exige, como resposta, o fortalecimento de sistemas informativos robustos, capazes de reconstruir a confiança coletiva. Nesse contexto, analisar como diferentes perfis, sejam jornalísticos ou amadores, estruturam suas práticas comunicacionais e constroem sua autoridade informativa nas redes sociais contribui para refletir sobre os caminhos possíveis para a renovação da credibilidade no espaço público digital. Esse debate torna-se ainda mais urgente quando se observa a forma como determinados eventos - como acidentes e tragédias urbanas - são abordados por esses perfis. Em muitos casos, a divulgação das imagens e das notícias ocorre de maneira sensacionalista, marcada pela ausência de empatia com as vítimas e pela banalização do sofrimento humano. Além disso, frequentemente circulam divulgações indevidas, com poucas ou nenhuma informação específica e, em alguns casos, com dados que não condizem com a realidade. Tais práticas, em grande parte, são recorrentes em perfis não jornalísticos, como "JF Depressão", que atuam como páginas informativas locais, mas carecem de critérios jornalísticos básicos, como apuração, checagem e responsabilidade na divulgação dos fatos. Essa superficialidade no tratamento das informações contribui para a propagação de boatos, estimula a curiosidade mórbida e enfraquece o valor público da informação.

Diante desse cenário, destacam-se iniciativas como o Apura, que busca combater a desinformação e fomentar a educação midiática. Por meio de pesquisas, produção de conteúdos e atividades extensionistas, o Apuraí oferece suporte à comunidade local na identificação de práticas comunicacionais responsáveis e contribui para o fortalecimento de uma cultura de confiança e ética no ambiente informacional.

CAPÍTULO 3 - CENÁRIO DIGITAL E A ASCENSÃO DE NOVOS PROTAGONISTAS

Imagine a seguinte cena: você acorda, pega o celular antes mesmo de levantar da cama e, em poucos segundos, já está rolando notícias, memes, vídeos e opiniões sobre o que aconteceu no mundo enquanto dormia. Parece um hábito recente, mas essa mudança começou a ganhar força no início da década de 2010, quando os smartphones passaram a caber no bolso e, junto com eles, um universo inteiro de informação. Juntamente com a ascensão dos smartphones, as redes sociais digitais também fizeram parte dessa transformação, modificando profundamente a forma como as pessoas se comunicam, consomem informações e constroem suas identidades.

Lançado em 2010 como um aplicativo voltado ao compartilhamento de imagens estáticas, o Instagram rapidamente ultrapassou essa função inicial e passou a operar como um espaço multimodal, no qual jornalismo, entretenimento, marketing e ativismo se entrecruzam e se influenciam mutuamente. Essa expansão revela não apenas a evolução tecnológica da plataforma, mas também transformações significativas nas dinâmicas culturais e comunicacionais em rede. Tais mudanças vêm sendo analisadas por pesquisas recentes, entre elas, Bruna Carvalho de Moraes (2021), buscou investigar o Instagram como um novo ambiente para práticas jornalísticas e formas de interação social:

> Com apenas um ano após sua criação em 2010 o aplicativo já mantém mais de um milhão de usuários em sua rede, disponibilizado de início apenas para usuários de Iphones. Logo após a compra do aplicativo pelo Facebook, em 2012, começou a ser disponibilizado para usuários também de Android. Segundo dados da empresa Stativa e do site WereSocial, o Brasil ficou em terceiro lugar entre os países que mais possuíam usuários conectados na plataforma, só no primeiro mês de 2021. Sendo mais de 4 bilhões de pessoas em todo o mundo que utilizavam as mídias sociais todos os meses, cerca de 2 milhões de novos usuários aderindo-lhes diariamente (Moraes, 2021, p. 26).

Ao ampliar suas possibilidades expressivas e interativas, o Instagram deixou de se configurar apenas como um repositório de memórias baseadas em imagens estáticas, consolidando-se como um ambiente comunicacional dinâmico e multifacetado, atravessado por múltiplas práticas e disputas de sentido. Para Moraes (2021), tais recursos refletem a lógica contemporânea de consumo informacional marcada pela rapidez, pela personalização e pela centralidade do engajamento, aspectos estruturantes da cultura digital. Essa configuração se insere no contexto mais amplo das transformações do ecossistema informativo decorrentes da evolução da Web, especialmente da transição da Web 2.0 para a Web 3.0. Conforme aponta

Gomes (2024), a nova fase da internet é caracterizada pela intensificação da personalização, pela interatividade ampliada e pela conexão semântica entre informações, o que impacta diretamente as formas de produção, circulação e consumo das notícias. Nesse sentido, o Instagram configura-se como um espaço híbrido, no qual práticas jornalísticas, publicitárias e de entretenimento se articulam, se sobrepõem e disputam atenção em um ambiente orientado por lógicas algorítmicas e pela experiência personalizada do usuário. Nesse sentido, o Instagram configura-se como um espaço híbrido no qual práticas jornalísticas, publicitárias e de entretenimento se articulam e disputam atenção.

Com a consolidação dos ambientes digitais, os veículos jornalísticos precisaram reconfigurar seus modos de produção, incorporando novas linguagens e formatos próprios das plataformas online. Esse movimento foi acompanhado por transformações estruturais no fazer jornalístico, exigindo domínio de ferramentas, operações narrativas e dinâmicas de circulação típicas do ambiente em rede. Moraes (2021) observa em seu trabalho que Baldessar et al. (2009, p. 7) ressaltam que o jornalismo online passa a operar com características próprias, sustentadas pela memória, pela linkagem, pelo hipertexto e pela multimidialidade, elementos que reorganizam a narrativa ao integrar texto, áudio, vídeo e fotografia em diferentes camadas de sentido. O processo de adaptação também envolve a ampliação das responsabilidades e do repertório técnico dos profissionais. Para Canavilhas (2014), essa realidade decorre da chamada "polivalência midiática", conceito utilizado para explicar que o jornalista atua simultaneamente em distintos meios, manejando múltiplos dispositivos de produção ao mesmo tempo.

As transformações tecnológicas e a ascensão das redes sociais digitais têm provocado mudanças profundas no campo jornalístico, não apenas em seus aspectos técnicos e econômicos, mas também em sua dimensão ética. Como discute Rogério Christofoletti (2011), a crise do jornalismo contemporâneo envolve uma reconfiguração dos valores deontológicos que sustentam a prática profissional, exigindo novas formas de ordenamento da conduta dos jornalistas. Os códigos tradicionais, como os da Federação Nacional dos Jornalistas, Associação Nacional de Jornais, Associação Nacional dos Editores de Revistas e Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão, continuam reafirmando princípios como liberdade de imprensa, independência editorial, sigilo da fonte e interesse público. No entanto, diante da intensificação da participação do público e da circulação de conteúdos em plataformas digitais, emergem novos regramentos e práticas institucionais que buscam adaptar esses valores ao ambiente em rede. Nesse contexto, a ética jornalística passa a ser não apenas

um instrumento de autorregulação, mas também um campo de disputa e negociação frente aos desafios impostos pela cultura digital.

As transformações do jornalismo na contemporaneidade estão diretamente ligadas às dinâmicas das plataformas digitais, que reconfiguram a produção, a circulação e o consumo da informação. Como observa Marialva Barbosa (2012), os meios de comunicação estão profundamente conectados à forma como a sociedade organiza suas relações com o tempo e com a memória, e no ambiente digital essa relação torna-se ainda mais fluida e instantânea. Nesse contexto, as redes sociais, especialmente o TikTok, o Instagram e o YouTube, impulsionam novas formas narrativas e de engajamento, marcadas pela rapidez, linguagem informal e pela facilidade de transmissão de conteúdos. No entanto, no ambiente das redes, em especial no Instagram, esses princípios passam a ser disputados, reinterpretados e performados de novas maneiras. A credibilidade deixa de se apoiar apenas em instituições e passa a ser também personalizada, construída na relação direta com o público, como analisa Iluska Coutinho (2024). Assim, os valores éticos do jornalismo são tensionados por práticas comunicacionais mais horizontais, marcadas pela interação, pela visibilidade dos bastidores e pela presença constante de mediadores individuais, o que desafia os parâmetros tradicionais de autoridade e confiança.

Essa lógica se manifesta de forma clara nos perfis jornalísticos amadores de Juiz de Fora no Instagram, que combinam atualizações instantâneas com lembranças de acontecimentos marcantes da cidade, construindo uma memória coletiva digital. Tragédias, conquistas esportivas e marcos locais são constantemente revisitados, enquanto o presente acompanha o ritmo acelerado das plataformas. Nesse movimento, a credibilidade se sustenta não apenas na verificação factual, mas também na identificação e no sentimento de pertencimento. A confiança do público se ancora na familiaridade com as narrativas visuais e discursivas que aproximam esses perfis do cotidiano do cidadão juiz-forano, o que vem reforçando a ideia de Coutinho (2022) de que a credibilidade é um valor personalizado, constantemente (re)construído nas práticas comunicacionais.

Do jornal opinativo do século XIX à profissionalização e empresarialização da imprensa no início do século XX, passando pelo controle estatal durante o governo Vargas e pela censura da ditadura militar, a narrativa mostra como cada contexto histórico moldou o jornalismo brasileiro. No processo de redemocratização, observa-se o fortalecimento da concentração midiática em grandes grupos empresariais e a perda de centralidade do jornal

impresso diante da televisão. Já na era digital, Barbosa (2012) ressalta a emergência de novos atores informativos, a transformação das formas de circulação da notícia e a crise de credibilidade do jornalismo tradicional, elementos que ajudam a compreender a imprensa como espaço de memória coletiva e construção social, e que dialogam diretamente com os atuais debates sobre comunicação pública e os desafios da participação cidadã nos meios digitais.

Para Gomes e Coutinho (2023, p. 12), “as principais reconfigurações provocadas por esse novo formato de jornalismo dizem respeito, dentre outros aspectos, à relação das notícias com o fator tempo”, uma vez que os vídeos curtos tendem a privilegiar conteúdos resumidos e de consumo imediato. Essa lógica temporal reforça o que Iluska Coutinho (2022) denomina de performatividade da credibilidade, já que a confiança passa a ser construída não apenas pelo rigor técnico, mas também pela identificação e pela presença do jornalista nas redes. Ainda segundo Gomes e Coutinho (2023, p. 13), na contramão do que ocorre no telejornalismo tradicional, o jornalista não assume uma centralidade/onipresença nos vídeos produzidos para a plataforma, o que evidencia um deslocamento do protagonismo institucional para uma comunicação mais horizontal, pautada na afetividade e na proximidade. Assim, o jornalismo contemporâneo se reconfigura como um espaço de experimentação, em que a credibilidade emerge de processos simbólicos e relacionais, nos quais tempo, linguagem e interação são elementos centrais da construção da confiança.

3.1 Redes sociais como ambiente de circulação informativa

A modernização dos dispositivos móveis, especialmente os smartphones, transformou profundamente os hábitos de consumo informativo e o modo como as pessoas se relacionam com o ambiente digital. Essa mudança dialoga com a perspectiva de Marshall McLuhan, que ao afirmar que “o meio é a mensagem” já antecipava a forma como as tecnologias moldariam percepções, comportamentos e práticas sociais. Se, como defende McLuhan (1964), os meios atuam como extensões do corpo humano, os celulares contemporâneos se consolidam como verdadeiras extensões perceptivas e comunicacionais, acompanhando o usuário em tempo integral. No cenário atual, marcado pela conectividade permanente, Castells (2009) observa que vivemos em uma sociedade em rede, na qual os fluxos informacionais estruturam o cotidiano. Nesse ambiente, as interações se tornam rápidas, visíveis e mediadas por plataformas, fenômeno que Recuero (2009) identifica como a formação das redes sociais digitais, espaços onde vínculos, disputas e sentidos são produzidos e compartilhados. Jenkins

(2008) amplia essa compreensão ao tratar da convergência midiática, destacando que diferentes linguagens, formatos e rotinas comunicacionais coexistem em um único dispositivo.

Nesse contexto, o Instagram se consolida como um espaço central de circulação informacional, moldando não apenas o consumo, mas também os modos de produção, mediação e credibilidade das notícias. Se antes a informação era buscada no jornal impresso, no rádio ou na televisão, agora ela encontra o usuário nas redes, em tempo real, com atualizações constantes e frequentemente mesclada a conteúdos de entretenimento e opinião. As plataformas digitais, inicialmente concebidas para conectar pessoas, tornaram-se arenas de debate público, circulação de sentidos e disputa pela atenção. Marialva Barbosa (2012) destaca que as transformações nos modos de comunicar estão diretamente relacionadas às formas como a sociedade organiza sua relação com o tempo e com a memória, compreendendo a comunicação como um processo simbólico e histórico em que presente e passado se entrelaçam. Nas redes sociais, esse fluxo contínuo redefine a própria percepção temporal, pois o agora se torna permanente e o passado é constantemente atualizado por repostagens, lembranças e referências que ressignificam os acontecimentos. Santaella (2013) descreve o surgimento de um usuário hipermidiático, habituado a transitar por múltiplas telas e a consumir conteúdos fragmentados. Canavilhas (2014) acrescenta que o jornalismo vem se adaptando a esse ecossistema móvel, desenvolvendo formatos específicos para telas pequenas, consumos breves e fluxos de alta velocidade. Ao registrar e simultaneamente reencenar fatos, os meios digitais interferem na forma como compreendemos a realidade e na credibilidade atribuída às fontes. É nesse horizonte que Iluska Coutinho (2024) entende a credibilidade jornalística como um valor personalizado e performativo, produzido na interação entre sujeitos, instituições e materialidades. No ecossistema digital, tal credibilidade não se sustenta apenas na técnica ou na objetividade, mas na capacidade de articular temporalidades, mobilizar memórias e estabelecer vínculos simbólicos com o público.

Se antes a notícia era buscada no jornal impresso, no rádio ou na TV, agora ela simplesmente nos encontra, em tempo real, com atualizações constantes e, muitas vezes, misturada a conteúdos de entretenimento e opinião. As redes sociais, que nasceram para aproximar amigos, logo se tornaram verdadeiras arenas de circulação informativa, de debates públicos e de disputas pela atenção. Essas transformações no modo de comunicar e consumir informação impactam diretamente o campo jornalístico, que se vê diante de uma reconfiguração profunda de suas práticas e valores. A lógica algorítmica das plataformas

digitais e a velocidade da circulação informacional desafiam os modelos tradicionais de apuração, edição e difusão da notícia, deslocando o papel dos meios de comunicação enquanto mediadores centrais da realidade. Nesse cenário, as fronteiras entre jornalismo, entretenimento e opinião se tornam cada vez mais tênues, exigindo novas formas de legitimação e de construção da credibilidade. Como observa Rogério Christofoletti, no texto "O caso do Brasil: Valores, códigos de ética e novos regramentos para o jornalismo nas redes sociais":

> Por conta da globalização econômica, da integração dos mercados e das tecnologias de informação e comunicação, as empresas jornalísticas compartilham não só as potencialidades dessa alta sincronia, mas também os aspectos que afetam a saúde e a manutenção do negócio. A propalada crise do jornalismo estremece as formas de financiamento dos sistemas de informação, reposiciona empresas e profissionais diante de um cenário de comunicação total, e alimenta a discussão em torno do papel do jornalismo nas sociedades contemporâneas. É uma crise do negócio, da legitimidade e da confiança que se convencionou depositar sobre uma prática de poucos séculos de existência, mas que tem sido bastante relevante para o desenvolvimento das democracias e das sociedades.(Christofoletti, 2011, p. 26)

Trata-se, portanto, de uma crise que ultrapassa o campo econômico e se estende à própria legitimidade e confiança social do jornalismo - valores historicamente associados à sua função pública e democrática. A discussão sobre a crise do jornalismo não pode ser dissociada da reflexão sobre seus fundamentos éticos. Em meio à aceleração tecnológica e à desintermediação promovida pelas redes sociais, o jornalismo enfrenta o desafio de preservar seus princípios deontológicos enquanto se adapta a novas lógicas de produção e circulação da informação. Como observa Rogério Christofoletti (2011), os códigos de ética desempenham um papel central nesse processo, atuando como instrumentos de ordenamento das condutas e de reafirmação dos valores que sustentam o ethos profissional. Tais códigos não funcionam como leis impositivas, mas como pactos simbólicos firmados coletivamente, nos quais jornalistas e instituições reconhecem normas de comportamento baseadas em valores como veracidade, responsabilidade social, interesse público e respeito à diversidade.

Esses documentos, elaborados por associações de classe e entidades representativas, como a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e a Associação Nacional de Jornais (ANJ), cumprem uma dupla função: orientam o exercício da profissão e reafirmam publicamente o compromisso do jornalismo com a sociedade. Entretanto, como aponta Christofoletti, a simples existência desses códigos não garante condutas éticas, sua eficácia depende da consciência e da adesão dos profissionais, que precisam reconhecer nesses valores um referencial de pertencimento e de legitimidade. Em tempos de convergência midiática e intensa circulação de conteúdos produzidos por cidadãos comuns, num jornalismo

completamente amador, a distinção entre o que é e o que não é jornalismo torna-se cada vez mais difusa, exigindo do campo uma autorreflexão sobre seus próprios limites e responsabilidades.

Nesse contexto, a ética se manifesta não apenas como um conjunto de normas, mas como uma prática viva, constantemente atualizada pelas interações entre jornalistas, instituições e público. É aqui que se insere a contribuição de Iluska Coutinho (2022), ao compreender a credibilidade jornalística como um valor performativo e personalizado, construído nas materialidades e nas relações simbólicas que se estabelecem entre os sujeitos e os meios. A credibilidade, portanto, não se sustenta apenas em critérios técnicos de objetividade ou imparcialidade, mas emerge da forma como o jornalismo comunica, se posiciona e se relaciona com o público. Essa visão amplia o entendimento da ética para além do cumprimento de códigos formais, situando-a como uma prática de escuta, transparência e responsabilidade diante da sociedade. Assim, diante das novas dinâmicas comunicacionais, o jornalismo é convocado a reinventar seus referenciais éticos e restabelecer sua função pública. As redes sociais, ao mesmo tempo em que oferecem novos espaços de visibilidade e diálogo, também colocam à prova os valores que tradicionalmente orientavam a prática jornalística. O desafio, portanto, é transformar o ambiente digital em um território de reafirmação do compromisso ético com a verdade, a pluralidade e o interesse público, princípios que continuam a definir o jornalismo como uma atividade essencial à democracia.

Essas transformações no modo de comunicar e consumir informação impactam diretamente o campo jornalístico, que se vê diante de uma reconfiguração profunda de suas práticas e valores. A lógica algorítmica das plataformas digitais e a velocidade da circulação informacional desafiam os modelos tradicionais de apuração, edição e difusão da notícia, deslocando o papel dos meios de comunicação enquanto mediadores centrais da realidade. Nesse cenário, as fronteiras entre jornalismo, entretenimento e opinião se tornam cada vez mais tênues, exigindo novas formas de legitimação e de construção da credibilidade. Como observa Rogério Christofoletti (2011, p. 54), “por conta da globalização econômica, da integração dos mercados e das tecnologias de informação e comunicação, as empresas jornalísticas compartilham não só as potencialidades dessa alta sincronia, mas também os aspectos que afetam a saúde e a manutenção do negócio”. Trata-se, portanto, de uma crise que ultrapassa o campo econômico e se estende à própria legitimidade e confiança social do jornalismo, valores historicamente associados à sua função pública e democrática. Em um ambiente em que a informação é mediada por algoritmos e interfaces digitais, a confiança do

público é conquistada menos pela instituição e mais pela interação, por gestos de reconhecimento, proximidade e identificação. Assim, o jornalismo contemporâneo, sobretudo nas redes sociais, opera em um delicado equilíbrio entre a busca por relevância e a necessidade de reafirmar seu compromisso ético e social, reinventando continuamente suas formas de narrar e de se legitimar diante de uma audiência cada vez mais ativa e fragmentada.

Nesse contexto de reconfiguração das práticas e sentidos do jornalismo, a lógica do engajamento ganha centralidade. As plataformas digitais, especialmente o Instagram, o TikTok e o YouTube, que operam com base em métricas de visibilidade e interação que passam a influenciar diretamente a forma como as notícias são produzidas, apresentadas e consumidas. O valor da informação, que antes era medido por critérios editoriais e de interesse público, é agora constantemente tensionado por algoritmos que priorizam o que gera reações, comentários e compartilhamentos. Essa dinâmica favorece narrativas curtas, visuais e emocionalmente marcadas, muitas vezes impactantes, dramáticas, em suma maioria apelativas, aguçando a curiosidade ou ao choque, criando um ambiente sensacionalista.

Quando se trata de posts ou reportagens sobre acidentes de trânsito ou outras tragédias, essa lógica pode levar à espetacularização da dor e da morte. Isso ocorre porque o conteúdo tende a assumir um caráter sensacionalista, exagerando o drama, utilizando imagens fortes ou adotando linguagem emocionalmente carregada. A finalidade, em muitos casos, é maximizar o engajamento; porém, esse efeito pode surgir de forma involuntária, sobretudo em perfis alternativos que atuam de maneira colaborativa com a população. Nesse cenário, é comum que pessoas que presenciam uma situação potencialmente grave sintam-se no direito e até no dever de fotografar, filmar e enviar o registro a esses perfis.

O problema é que esse processo geralmente acontece sem qualquer apuração prévia do ocorrido, e os próprios perfis também não realizam uma curadoria mínima para verificar informações ou contextualizar o acontecimento. Assim, o conteúdo recebido é frequentemente publicado de maneira imediata, apenas reproduzindo a demanda enviada pelos seguidores. Essa dinâmica contribui para a circulação de informações incompletas, distorcidas ou precipitadas e, em alguns casos, acaba gerando situações de pânico, alarde e interpretações equivocadas que poderiam ser evitadas com práticas básicas de checagem e responsabilidade editorial. Estudos sobre práticas sensacionalistas na produção de notícias indicam que a mídia tende a enfatizar eventos violentos, situações de caos e sofrimento como estratégia para atrair audiência e gerar engajamento, reproduzindo padrões clássicos de sensacionalismo que, no

ambiente digital, são reconfigurados pelas dinâmicas das redes sociais (Silva, 2008; Silva; Cano, 2021). Esse sensacionalismo digital pode distorcer a percepção pública sobre a frequência e a gravidade real dos acidentes e ocorrências, contribuindo para a amplificação de sentimentos de medo e insegurança na vida cotidiana.'

Essa lógica de circulação acelerada e pouco filtrada de informações cria um ambiente em que o sensacionalismo encontra terreno fértil para se consolidar nas interações cotidianas das redes. Ao mesmo tempo em que esses conteúdos ganham visibilidade graças à dinâmica colaborativa dos seguidores, eles também passam a competir diretamente com produções jornalísticas profissionais dentro de um mesmo fluxo informativo. É justamente nesse ponto que as fronteiras entre entretenimento, alerta comunitário e notícia começam a se embaralhar, abrindo espaço para novas formas de consumo e produção de informação. No Instagram, essa mudança ficou evidente. A plataforma, criada para compartilhar fotos, passou a ser um espaço em que convivem *memes*[2], publicidade, relatos pessoais e, cada vez mais, conteúdos noticiosos. A mesma tela que exibe uma imagem de lazer ou uma campanha publicitária pode, no deslizar de um dedo, apresentar um post sobre política, cultura ou tragédias locais.

Em Juiz de Fora, esse fenômeno assumiu características próprias. Ao lado de veículos tradicionais, como a Tribuna de Minas, que é um jornal, que antes era impresso e tradicional da cidade, também surgiram perfis alternativos que, embora não sejam formalmente jornalísticos, passaram a ocupar um espaço significativo na mediação das informações locais. Esses perfis, criados de maneira independente, conseguiram mobilizar milhares de seguidores e se consolidaram como fontes rápidas e, por vezes, primárias, de notícias e alertas do cotidiano. O JF Depressão, que nasceu como uma página de humor, é exemplo de como novos protagonistas passaram a disputar espaço com instituições jornalísticas consolidadas.

Esses atores independentes se aproveitam de três características centrais da lógica digital: rapidez, linguagem próxima ao público e apelo emocional. Uma ocorrência de trânsito ou um acontecimento policial, por exemplo, muitas vezes aparece primeiro no Jf Depressão, com informações preliminares, enquanto a Tribuna de Minas prefere publicar apenas após confirmação oficial. O resultado é que o perfil alternativo gera centenas de comentários,

[2] Meme é um termo grego que significa imitação.
O termo é bastante conhecido e utilizado no "mundo da internet", referindo-se ao fenômeno de "viralização" de uma informação, ou seja, qualquer vídeo, imagem, frase, ideia, música, etc., que se espalhe entre vários usuários rapidamente, alcançando muita popularidade.

compartilhamentos e engajamento, enquanto a mídia tradicional mantém a credibilidade, mas enfrenta maior lentidão no alcance das interações. Essa disputa pela atenção não é apenas local: reflete uma transformação global no ecossistema informativo, marcada pela infodemia, a superabundância de informações de diferentes origens, nem sempre verificadas, que circulam em velocidade acelerada (Wardle; Derakhshan, 2017). Nesse contexto, a credibilidade passa a ser personalizada (Coutinho, 2022; 2024): mais do que confiar em uma marca, os usuários confiam no tom, na proximidade e na forma como a informação é comunicada.

Em Juiz de Fora, essa realidade significa que tanto a Tribuna de Minas quanto o JF Depressão ocupam papéis distintos, mas complementares, no consumo de informação local. Enquanto a primeira oferece profundidade, checagem e institucionalidade, o segundo mobiliza identificação, humor e rapidez. Ambos, porém, demonstram que o Instagram se tornou um palco central de disputas pela autoridade do discurso informativo, em que tradição e novidade se encontram, competem e, por vezes, se influenciam mutuamente.

3.2 A lógica do engajamento: rapidez, linguagem informal e apelo emocional

A lógica contemporânea das plataformas digitais transformou profundamente os modos de produção e circulação da informação. Em ambientes como Instagram, YouTube, X (antigo Twitter) e TikTok, a visibilidade e o engajamento tornaram-se critérios centrais de relevância, deslocando o foco do conteúdo informativo para o conteúdo performativo e emocional. Como observa Pariser (2011), os algoritmos das plataformas filtram e personalizam o que cada usuário vê, reforçando bolhas informativas e privilegiando aquilo que desperta reações imediatas, como curtidas, comentários e compartilhamentos. Essa lógica se aproxima de um processo que Alberto Dines já denunciava na imprensa dos anos 1990, quando alertava para a "juvenilização da imprensa", marcada por conteúdos simplistas e voltados ao impacto rápido: "Analisando a mídia brasileira 20 anos depois, Dines criticou a 'juvenilização da imprensa', com a oferta de conteúdos pobres e simplistas, como se o jovem fosse também idiota" (Dines, 1997, p. 40 apud Azeredo, 2018, p. 7). A busca por resultados imediatos, segundo o autor, "empobrece o jornalismo brasileiro" (Dines, 1997, p. 38 apud Azeredo, 2018, p. 6), crítica que se mantém atual frente à dinâmica de viralização e monetização das redes sociais.

Nelas, o jornalismo disputa atenção com influenciadores, memes e narrativas emocionais, ajustando-se a uma linguagem mais informal e veloz para permanecer visível. Como observa Alves (2018), ao analisar o uso de formatos visuais e efêmeros como os stories no Instagram, os veículos jornalísticos passam a reorganizar suas narrativas a partir de critérios de instantaneidade, impacto visual e síntese informativa, adequando práticas editoriais tradicionais à lógica performativa das plataformas digitais. Nesse contexto, a credibilidade, conforme propõe Iluska Coutinho (2018), torna-se um valor performativo, construído nas interações, nas materialidades e na identificação simbólica com o público. A convergência entre emoção, reconhecimento e instantaneidade configura um novo regime de visibilidade, no qual a informação circula menos pela sua verificação e mais pelo seu potencial de afetar e mobilizar. A compreensão da narrativa como estrutura fundante da prática jornalística permite reconhecer que a notícia não se limita à transmissão objetiva de fatos, mas se organiza como um relato dotado de sentido, temporalidade e encadeamento causal. Mesmo ancorado na factualidade, o jornalismo mobiliza estratégias narrativas que articulam acontecimentos, agentes e conflitos, conferindo inteligibilidade ao real. Nesse sentido, conforme destaca Alves (2018), ao retomar uma afirmação de Motta (2005):

> Por meio das narrativas que os seres humanos dão sentido às coisas e aos atos que os rodeiam, traduzindo o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo em relatos, constituídos a partir da cultura, da convivência social e das condições de poder que atravessam as relações humanas. Nesse processo, a narrativa permite ordenar informações, relacioná-las e organizá-las em uma sequência lógica e temporal, articulando ações no passado, presente e futuro e dotando-as de sentido (Alves, 2018, p. 19).

Essa concepção amplia a compreensão da notícia como prática narrativa específica, situada no campo do real e da factualidade. Como afirmam Sodré e Ferrari, ao tratarem da natureza narrativa da notícia:

> Quando o jornal diário noticia um fato qualquer, como um atropelamento, já traz, aí, em germe, uma narrativa. O desdobramento das clássicas perguntas a que a notícia pretende responder (quem, o quê, como, quando, onde, por quê) constituirá de pleno direito uma narrativa, não mais regida pelo imaginário, como na literatura de ficção, mas pela realidade factual do dia-a-dia, pelos pontos rítmicos do cotidiano que, discursivamente trabalhados, tornam-se reportagem (Sodré; Ferrari, 1986, p. 11).

Essa perspectiva evidencia que a narrativa jornalística se constrói a partir de uma lógica própria, marcada pela organização hierárquica das informações e pela busca de clareza e relevância, sem, contudo, abdicar de elementos narrativos fundamentais, como personagens, ações e transformações no tempo. Ao reconhecer a notícia como narrativa fática, o jornalismo assume seu papel mediador na produção de sentidos sobre a realidade social, operando não

apenas como espelho dos acontecimentos, mas como instância discursiva que estrutura, seleciona e atribui significados ao mundo vivido. Assim, o jornalismo digital precisa se equilibrar entre a necessidade de atrair engajamento e o compromisso ético de produzir sentidos que fortaleçam o interesse público e a cidadania.

Nesse cenário, o Instagram se consolida como uma ferramenta estratégica para os veículos jornalísticos, ao permitir a circulação instantânea de informações em formatos curtos, visuais e altamente atraentes. Mais do que um espaço de divulgação, a plataforma passa a atuar como um ambiente de interação direta entre veículos e públicos, no qual a linguagem informal e a estética visual tornam-se fundamentais para captar atenção e gerar engajamento. Como observa Moraes (2021), a presença massiva de jornais no Instagram revela uma adaptação ao novo ecossistema informativo, no qual velocidade e interação não são apenas recursos técnicos, mas também estratégias discursivas que influenciam a construção da credibilidade e a relevância das narrativas jornalísticas. Esse movimento, entretanto, não ocorre isoladamente: ele faz parte de uma reconfiguração mais ampla da paisagem midiática, marcada pela ascensão de novos atores que disputam atenção, autoridade e confiança com as empresas tradicionais.

O relatório recente do *Reuters Institute* revela que, em escala global, um número crescente de “criadores de conteúdo” têm assumido papel central no consumo de notícias, especialmente no ambiente das redes sociais. De acordo com o estudo, o Brasil figura entre os países em que esses atores exercem maior influência sobre a circulação informativa, evidenciando uma tendência na qual a definição da agenda noticiosa e a interpretação dos acontecimentos passam, cada vez mais, a ocorrer fora dos veículos jornalísticos tradicionais (Reuters Institute For The Study Of Journalism, 2025). Esse fenômeno sinaliza uma reconfiguração do ecossistema comunicacional, na medida em que conteúdos de comentário, análise e informação disputam o espaço historicamente ocupado por redações consolidadas, e os usuários recorrem com maior frequência a essas novas vozes para compreender temas relacionados à política, à sociedade e à cultura digital.

CAPÍTULO 4 – JUIZ DE FORA NO CONTEXTO DA INFORMAÇÃO DIGITAL

O cenário informacional de Juiz de Fora acompanha, nas últimas décadas, transformações profundas impulsionadas pela digitalização das práticas comunicacionais e pela centralidade das plataformas sociais como mediadoras do consumo de notícias. Inserida em um ecossistema urbano marcado por forte atividade universitária, presença de veículos tradicionais e ampla conectividade, a cidade apresenta um ambiente comunicacional singular, no qual modos clássicos de produção jornalística convivem, disputam espaço e se reconfiguram diante das dinâmicas próprias do ambiente digital. A ampliação do acesso à internet, associada ao uso intensivo de smartphones, reorganizou hábitos informacionais da população juiz-forana, deslocando a busca por notícias para espaços multimodais e velozes, como Instagram, WhatsApp e outras redes sociais. Esse processo alterou não apenas a circulação das narrativas, mas também as percepções de credibilidade, reconhecimento e pertencimento, elementos que se tornaram estruturantes para compreender como a audiência local interage com conteúdos jornalísticos e não jornalísticos. Nas últimas décadas, o acesso ampliado à internet transformou profundamente as formas pelas quais os cidadãos de Juiz de Fora se informam, reorganizando hábitos de consumo, circulação e atribuição de credibilidade às notícias. Inserida em um ecossistema urbano caracterizado por intensa atividade universitária, presença histórica de veículos de comunicação e elevados índices de conectividade, a cidade configura um ambiente no qual modos tradicionais de produção jornalística convivem com práticas informacionais emergentes, sendo continuamente tensionados e reconfigurados pelas dinâmicas próprias do ambiente digital e da cultura participativa, tal como conceituada por Jenkins (2008).

4.1 A internet e o consumo de notícias na cidade

Nesse contexto, Juiz de Fora não se caracteriza como um deserto de notícias, uma vez que conta com a presença de veículos jornalísticos tradicionais ativos e redações consolidadas. Trata-se, contudo, de um território informacional marcado pela coexistência entre jornalismo profissional, perfis informativos independentes e páginas de entretenimento que também passam a operar como fontes de informação. A concorrência simbólica e algorítmica entre esses diferentes atores configura um ambiente comunicacional híbrido, no qual a personalização, a estética das plataformas e a performance comunicacional assumem papel central na disputa pela atenção e pela legitimidade informativa, em consonância com os

processos de midiatização que atravessam a vida social contemporânea (Hjarvard, 2012). Compreender o consumo de notícias na cidade exige, portanto, observar como esses perfis se estruturam, quais estratégias mobilizam para alcançar relevância e visibilidade e de que modo constroem vínculos de credibilidade com seus públicos (Coutinho, 2024). Esse movimento dialoga com aspectos analisados por Cézar Franco dos Santos Martins em sua dissertação sobre os desertos de notícias na Zona da Mata Mineira. Embora Juiz de Fora não apresente uma carência estrutural de veículos jornalísticos, diferentemente dos municípios investigados pelo autor, a lógica da disputa simbólica entre mídias locais e conteúdos centralizados, associada à concentração da indústria da comunicação, mostra-se relevante para compreender o cenário informacional do município. O debate sobre desertos de notícias é fundamental para compreender as desigualdades informacionais nos territórios, ainda que nem todos os municípios se enquadrem nessa classificação. Ao definir os critérios adotados pelo Atlas de Notícias, Martins esclarece que:

> O Atlas considera como desertos de notícias aqueles municípios que não possuem nenhum veículo de comunicação local. Os municípios que apresentam um ou dois veículos no mapeamento realizado pelo projeto são classificados como quase desertos de notícias, uma vez que se encontram em situação de risco de se tornarem desertos (...) Martins (2022, p. 70)

A partir dessa definição, é possível situar Juiz de Fora fora da categoria de deserto ou quase deserto de notícias, uma vez que o município conta com a presença de veículos jornalísticos tradicionais e redações estruturadas. Ainda assim, a reflexão proposta por Martins (2022) permanece relevante para compreender as dinâmicas de concentração da produção informativa, as assimetrias na circulação de conteúdos e as disputas por visibilidade e credibilidade que atravessam o ecossistema comunicacional local, especialmente no ambiente das plataformas digitais. O autor também evidencia que a centralização geográfica e editorial da produção noticiosa contribui para desigualdades no acesso à informação local, impactando a diversidade de vozes e a circulação de conteúdos de interesse comunitário.

Paralelamente, plataformas como o Instagram emergem como espaços centrais de consumo de informação multimodal na cidade, nos quais narrativas são produzidas, circulam e são legitimadas por meio de estratégias estéticas, interativas e personalizadas. Essas práticas desempenham papel decisivo na construção da credibilidade informativa local, especialmente em contextos nos quais a validação da informação se ancora não apenas em critérios técnicos ou institucionais, mas também em relações de proximidade, reconhecimento e afeto, características das chamadas estratégias sensíveis da comunicação (Sodré, 2018). Assim,

compreender o ecossistema informacional de Juiz de Fora requer analisar não apenas os veículos jornalísticos instituídos, mas também os agentes comunicacionais emergentes que ocupam espaço relevante no cotidiano local. Essa interseção entre práticas jornalísticas, produção amadora de conteúdos, dinâmicas algorítmicas e interações digitais é central para entender a circulação de informações, e desinformações, no município.

Para analisar como a credibilidade é construída, disputada e percebida no contexto informacional de Juiz de Fora, foram selecionados dois perfis do Instagram, organizados em dois grupos: perfis jornalísticos, representados pela Tribuna de Minas, e perfis não jornalísticos, exemplificados pelo JF Depressão. A escolha desses perfis fundamenta-se em critérios como a relevância local, uma vez que possuem ampla audiência na cidade e atuam como fontes recorrentes de informação para a população; o volume e a frequência de publicações, que permitem observar padrões narrativos, estéticos e de engajamento; e a diversidade editorial, pois a comparação entre perfis profissionais e amadores possibilita analisar distintas formas de exercer autoridade informativa e construir credibilidade. Esse recorte dialoga diretamente com a pesquisa de Martins (2022), que avalia tanto a produção formal de notícias locais quanto iniciativas mais informais, evidenciando que, mesmo em contextos marcados pela escassez de veículos, existem produções locais pontuais que funcionam como alternativas comunicacionais. No caso de Juiz de Fora, os perfis emergentes no Instagram podem desempenhar papel semelhante, contribuindo para suprir lacunas informativas não plenamente atendidas pelos meios tradicionais, especialmente no que se refere a temas comunitários de menor visibilidade na agenda jornalística.

Embora Juiz de Fora não se configure como um deserto de notícias, a desinformação pode emergir em contextos marcados por coberturas locais desiguais. A pesquisa de Martins contribui para essa reflexão ao demonstrar que a carência informativa não decorre apenas da ausência estrutural de veículos, mas também de lacunas temáticas que persistem mesmo em cidades com mídia local ativa. No caso de Juiz de Fora, esses vazios informacionais tendem a se manifestar sobretudo em pautas comunitárias específicas, nem sempre contempladas de forma sistemática pelos meios tradicionais. É nesse cenário que perfis informativos no Instagram passam a atuar como alternativas de circulação de informação, ao mesmo tempo em que se intensificam os riscos de desinformação, especialmente quando a velocidade de publicação e a lógica do engajamento se sobrepõem a processos de verificação e checagem. A dinâmica algorítmica das plataformas, ao privilegiar conteúdos emocionalmente atrativos ou

sensacionalistas, pode amplificar boatos, interpretações equivocadas ou informações incompletas.

Assim como observado por Martins na Zona da Mata Mineira, estabelece-se uma disputa simbólica por atenção e legitimidade informacional entre meios tradicionais e perfis não jornalísticos. Essa concorrência, ao mesmo tempo em que amplia a oferta de conteúdos locais, pode fragilizar a confiabilidade da informação para parte da população. Desse modo, mais do que identificar a presença de desinformação, torna-se fundamental compreender como a estrutura comunicacional local, a concentração midiática e a atuação de perfis independentes criam condições para o preenchimento ambíguo de lacunas informativas, nem sempre mediado pelos filtros do jornalismo profissional.

A construção do quadro analítico desta pesquisa fundamenta-se na articulação entre os estudos sobre credibilidade jornalística, os debates sobre ecossistemas informativos digitais e os procedimentos da Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018). A partir desses referenciais, foram definidos três eixos analíticos, construção da credibilidade, materialidade audiovisual e relação com o público, que orientaram a observação sistemática dos perfis no Instagram. Esses eixos foram desdobrados em perguntas analíticas, permitindo identificar padrões e especificidades na forma como diferentes atores constroem narrativas, acionam estratégias de legitimação e negociam sentidos de autoridade informativa no ambiente das plataformas digitais.

4.2 Perfis jornalísticos: Tribuna de Minas

A análise do perfil da Tribuna de Minas no Instagram, a partir da Análise da Materialidade Audiovisual, evidencia estratégias de adaptação do jornalismo institucional às dinâmicas da plataforma, sem ruptura com os valores simbólicos historicamente associados ao veículo. Conforme discute Iluska Coutinho no livro Credibilidade como valor personalizado no Jornalismo, a credibilidade não é um atributo fixo ou exclusivamente técnico, mas um valor construído nas relações entre produtores, narrativas e públicos, sendo continuamente reafirmada por meio de escolhas estéticas, discursivas e de endereçamento. A seguir na figura 1, a página institucional do jornal Tribuna de Minas na plataforma Instagram, utilizada como um dos objetos empíricos desta pesquisa. O perfil apresenta identidade visual padronizada, informações de contato da redação, link para o site oficial e destaque para conteúdos jornalísticos locais e regionais. A organização da bio, o uso de selos institucionais e a

regularidade das publicações evidenciam a adaptação do jornalismo tradicional à lógica das plataformas digitais, articulando estratégias de visibilidade, engajamento e construção de credibilidade no ambiente informacional midiatizado.

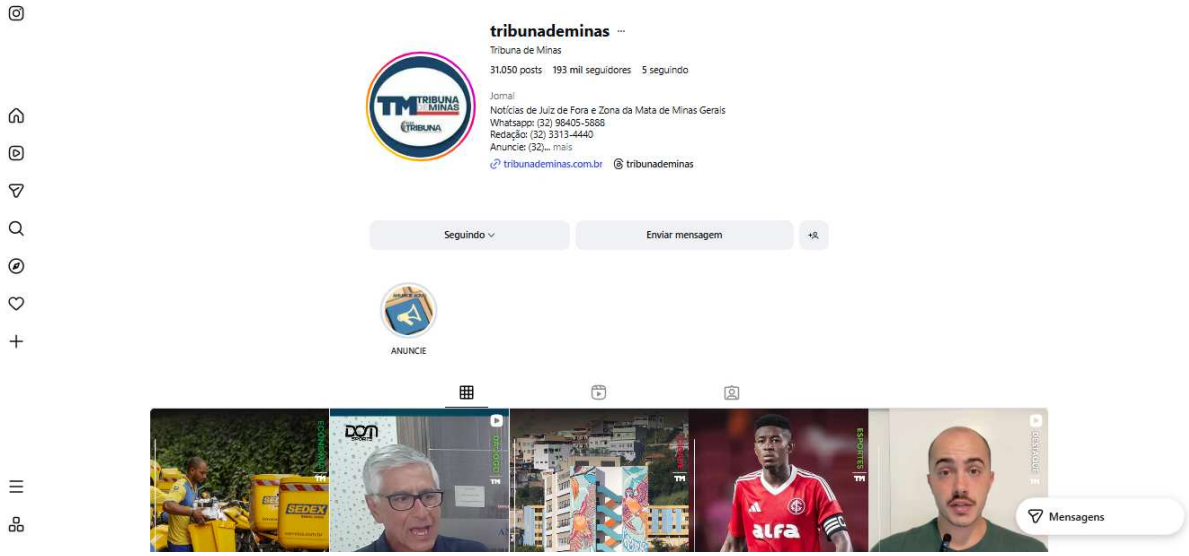


Figura 1 – Perfil oficial da Tribuna de Minas no Instagram (@tribunademinas).



Figura 2 - Tela “Sobre esta conta” com informações institucionais da plataforma, da conta @tribunademinas que está ativa desde junho de 2014



Figura 3 - Dados da plataforma mostram sobreposição de audiência: 51% dos seguidores da Tribuna de Minas seguem o perfil @jfdepressao.

As Figuras 1, 2 e 3 permitem analisar a presença digital e o alcance da Tribuna de Minas no Instagram. A Figura 1 apresenta o perfil oficial do veículo na plataforma, enquanto a Figura 2 reúne informações institucionais disponibilizadas pelo próprio Instagram, indicando que a conta está ativa desde junho de 2014, o que evidencia uma atuação consolidada no ambiente digital. A Figura 3 apresenta dados sobre a sobreposição de audiência, demonstrando que 51% dos seguidores da Tribuna de Minas também acompanham o perfil @jfdepressao. Esse resultado indica afinidade entre os públicos das duas contas, possivelmente associada ao interesse por conteúdos de caráter local e regional, reforçando o papel das redes sociais como espaços de convergência de audiências e de circulação de informações no ecossistema midiático local.

No caso do jornal Tribuna de Minas, a materialidade audiovisual dos conteúdos, marcada pelo uso recorrente de artes padronizadas, infográficos e vídeos curtos, atua como um dispositivo de reconhecimento e estabilidade simbólica. Esses elementos reforçam a identidade visual do veículo e contribuem para a percepção de profissionalismo e confiabilidade, operando como marcas de um jornalismo que busca preservar sua autoridade mesmo em um ambiente de circulação acelerada e fragmentada. Assim, a credibilidade se ancora tanto na tradição institucional quanto na coerência estética e narrativa apresentada nas publicações.

O modo de endereçamento adotado mantém certa distância profissional em relação ao público, priorizando uma linguagem informativa formal e a organização hierarquizada dos fatos, ainda que adaptada aos limites temporais do Instagram. Essa estratégia dialoga com o que Coutinho identifica como a personalização controlada da credibilidade, na qual o vínculo com o público se constrói menos pela proximidade afetiva e mais pela previsibilidade, pela assinatura da marca e pela centralidade institucional do veículo no ecossistema comunicacional local. Nesse sentido, as práticas do Tribuna de Minas também se aproximam do modelo de produção midiática concentrado problematizado por Martins, no qual a autoridade informacional é sustentada pela posição histórica e estrutural ocupada pelo veículo.

4.3 Perfis não jornalísticos: JF Depressão

Em contraste com o jornalismo institucional, o perfil JF Depressão constrói sua credibilidade a partir de lógicas que se afastam dos parâmetros tradicionais da prática jornalística profissional, mas que podem ser compreendidas à luz das reflexões de Iluska Coutinho sobre a personalização da credibilidade no ambiente digital. Sua materialidade audiovisual é marcada pelo uso de linguagem coloquial, humor, memes e conteúdos enviados pelos próprios seguidores, configurando uma estética informal alinhada às práticas culturais do Instagram. Embora não se configure como veículo jornalístico, o perfil atua como fonte recorrente de informações sobre acontecimentos locais, trânsito, serviços e temas comunitários, mobilizando estratégias de proximidade, reconhecimento e engajamento. A elevada quantidade de seguidores e a frequência das publicações evidenciam sua relevância no ecossistema informacional de Juiz de Fora, permitindo analisar formas alternativas de mediação informativa e de construção de credibilidade baseadas na identificação simbólica com o público e na participação ativa da audiência.

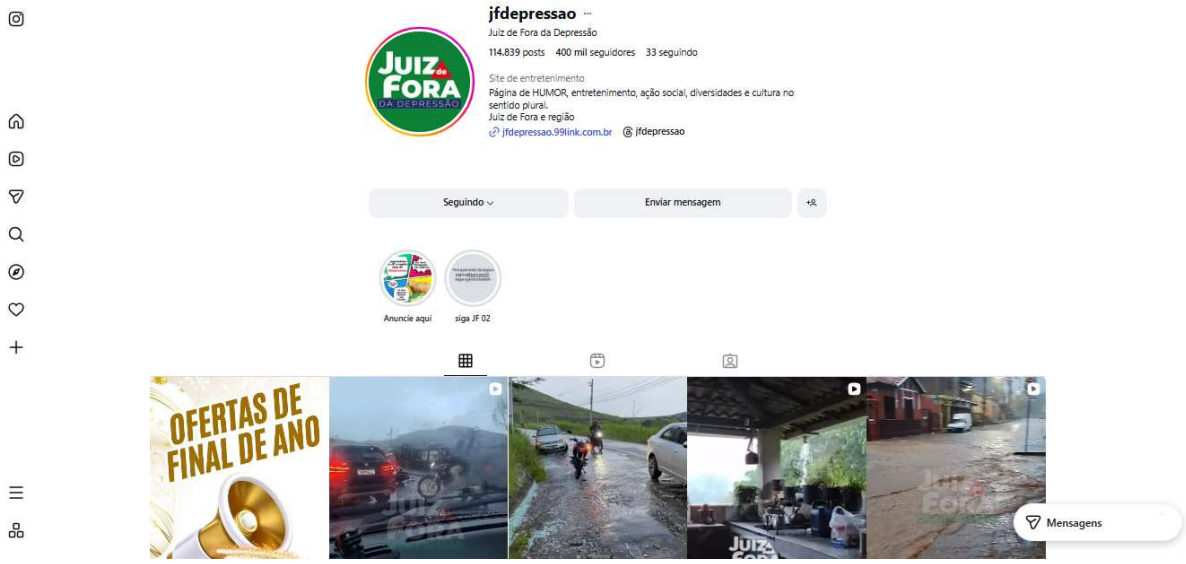


Figura 4 – Perfil do Instagram JF Depressão (@jfdepressao).



Figura 5 - Tela "Sobre esta conta" do perfil JF Depressão (@jfdepressao), que apresenta dados fornecidos pela própria plataforma, como a data de entrada no Instagram (agosto de 2013) e a localização da conta no Brasil.

Nesse caso, a credibilidade não se ancora na tradição institucional nem em protocolos formais do jornalismo profissional, mas na proximidade simbólica estabelecida com o público e na interação constante com a comunidade local. A expressiva diferença no número de seguidores entre os perfis analisados reforça essa lógica de reconhecimento e pertencimento. Enquanto o Tribuna de Minas reúne aproximadamente 190 mil seguidores no Instagram, o

perfil JF Depressão ultrapassa a marca de 400 mil, evidenciando o maior alcance e a capacidade de mobilização dos perfis informativos não jornalísticos, cuja credibilidade se ancora menos em protocolos institucionais e mais na proximidade simbólica e na interação constante com a comunidade local. Conforme aponta Coutinho, nas ambiências digitais a confiança informativa pode ser construída a partir do reconhecimento, da identificação e da sensação de pertencimento, elementos centrais na relação entre produtores de conteúdo e audiência. O modo de endereçamento adotado pelo perfil JF Depressão convoca o seguidor como participante ativo do processo informacional, diluindo as fronteiras tradicionais entre emissão e recepção, de modo que não há a figura de um interlocutor jornalístico claramente identificado, com rosto ou nome próprios, mas sim uma enunciação coletiva e difusa, sustentada pela participação dos seguidores e pela lógica colaborativa da plataforma.

Os acontecimentos locais, como situações de trânsito, eventos urbanos e episódios do cotidiano, são narrados a partir de experiências compartilhadas, frequentemente mediadas pelo humor e pela ironia. Essa lógica narrativa desloca critérios clássicos de noticiabilidade e evidencia outras formas de atribuição de relevância social aos fatos, fundamentadas na vivência cotidiana e no impacto direto sobre a comunidade. Em diálogo com Martins, observa-se que iniciativas como o JF Depressão emergem como respostas comunicacionais às lacunas deixadas pela mídia tradicional, especialmente no que diz respeito a temas comunitários menos visibilizados pela cobertura institucional. Esses perfis também se destacam pela maior velocidade na publicação de acontecimentos locais, favorecida pela ausência de rotinas formais de apuração e checagem, priorizadas pelos meios jornalísticos tradicionais. Essa rapidez amplia a circulação imediata da informação e o potencial de engajamento, mas, ao mesmo tempo, evidencia tensões entre temporalidade, verificação e credibilidade no ecossistema informacional digital. No contexto deste trabalho, tais perfis não devem ser compreendidos apenas como espaços de entretenimento, mas como agentes de comunicação local que, por meio de uma credibilidade personalizada, relacional e performativa, ampliam o direito à comunicação e reconfiguram as formas de mediação informativa no ambiente digital.

CAPÍTULO 5 – POSTAGENS SOB AS LENTES DA ANÁLISE DA MATERIALIDADE AUDIOVISUAL

A presente pesquisa adota a Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), proposta por Iluska Coutinho (2016; 2018), como método para examinar os conteúdos publicados por perfis informativos jornalísticos e não jornalísticos no Instagram. A AMA parte do entendimento de que o audiovisual comunica por meio de suas dimensões materiais, expressivas, narrativas, estéticas, tecnológicas e interacionais, que, articuladas, constroem sentidos e configuram modos específicos de produção de credibilidade. Essa abordagem se mostra particularmente adequada ao ambiente digital, no qual a performatividade, a personalização do discurso, a estética das plataformas e as dinâmicas algorítmicas influenciam diretamente as práticas comunicativas. Diferentemente de análises centradas exclusivamente no conteúdo temático ou no discurso verbal, a AMA considera que os sentidos são produzidos na relação entre estética, narrativa, tecnologia e interação, permitindo compreender como escolhas formais materializam valores, estratégias de legitimação e vínculos com os públicos.

A Análise da Materialidade Audiovisual tem sido progressivamente apropriada e tensionada por pesquisadores em diferentes contextos empíricos, o que evidencia seu caráter metodológico aberto e em constante refinamento. Ao discutir a aplicação da AMA à análise de imagens fotojornalísticas, Felz Ferreira (2025) destaca que o método possibilita compreender o audiovisual como uma unidade complexa, atravessada por dimensões estéticas, técnicas, discursivas e de circulação, superando abordagens fragmentadas centradas exclusivamente no conteúdo temático ou no discurso verbal. Segundo o autor, a materialidade da imagem não se limita ao que é representado, mas envolve também os modos de produção, os suportes técnicos, os contextos de circulação e as formas de recepção, elementos fundamentais para a construção de sentidos e de credibilidade no ambiente midiático contemporâneo.

Nesse sentido, analisar a materialidade audiovisual dos perfis estudados, suas estéticas, narrativas, temporalidades e estratégias de engajamento, é fundamental para compreender os sentidos de verdade, confiabilidade e relevância são produzidos e percebidos pelos moradores de Juiz de Fora. Em ambos os perfis analisados, a credibilidade não se apoia exclusivamente em protocolos jornalísticos formais, mas em elementos como proximidade simbólica, participação dos seguidores, estética espontânea e reconhecimento social, fatores

que dialogam diretamente com a noção de credibilidade personalizada, conforme discutida por Coutinho no contexto das ambiências digitais.

O corpus da pesquisa é composto por publicações em vídeo e imagem, incluindo Reels, Stories, carrosséis e cards, veiculadas pelos perfis jornalísticos e não jornalísticos selecionados ao longo do primeiro semestre de 2025. Cada publicação foi considerada uma unidade audiovisual, analisada de forma sistemática a partir das categorias propostas pela Análise da Materialidade Audiovisual (AMA). Ao todo, foram analisadas 20 postagens, sendo dez publicações do perfil da Tribuna de Minas e dez publicações do Jf Depressão, garantindo equilíbrio quantitativo na comparação entre página jornalística e página não jornalística. A análise foi organizada a partir de dois eixos centrais:

a) **Eixo A:** Expressividade e credibilidade, voltado à observação de como perfis jornalísticos e não jornalísticos constroem autoridade, confiança e proximidade por meio de suas materialidades audiovisuais;

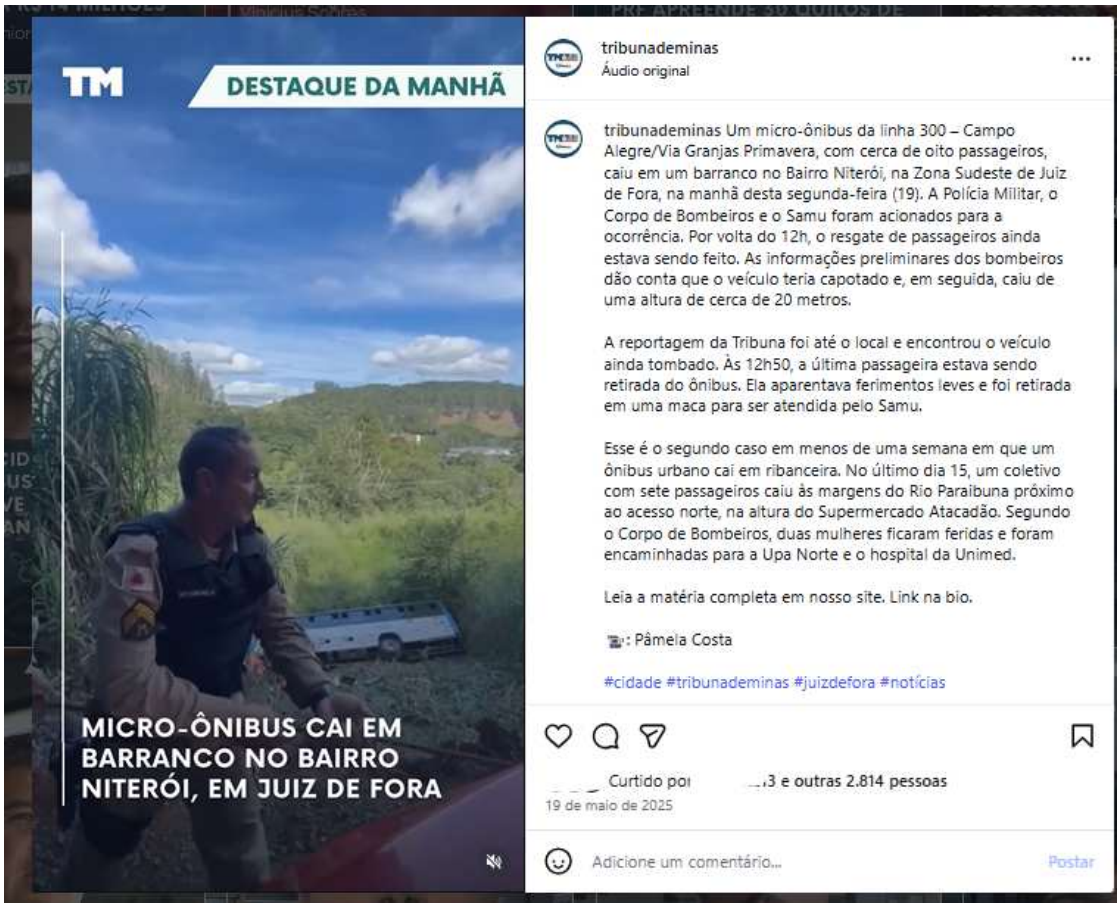
b) **Eixo B:** Interação e relação com o público, dedicado a examinar estratégias de engajamento, participação cidadã, personalização do discurso e construção de vínculos com a audiência.

A partir desses eixos, foi elaborada uma ficha de análise, aplicada a cada unidade audiovisual do corpus. A sistematização dos dados possibilitou identificar padrões, contrastes e recorrências que sustentam a discussão sobre a personalização da credibilidade e as práticas informativas no ambiente digital.Metodologicamente, o recorte empírico privilegiou a comparação entre publicações de natureza semelhante nos perfis analisados, com ênfase em conteúdos relacionados a acidentes, incêndios, ocorrências policiais e situações de risco ou sofrimento. Sempre que possível, foram selecionados posts publicados em períodos temporais próximos, de modo a assegurar maior equilíbrio na análise comparativa e reduzir interferências decorrentes de contextos distintos. Quando a cobertura do mesmo fato não esteve presente em ambos os perfis, optou-se pela escolha de conteúdos análogos, inseridos no mesmo eixo temático e no mesmo intervalo temporal, garantindo a coerência do recorte e possibilitando a análise das diferenças narrativas, visuais e editoriais a partir de situações comparáveis.

Tribuna de Minas

Ficha de Avaliação - objeto 1	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	19 de maio de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Micro-ônibus cai em barranco no bairro Niterói
Duração:	Vídeo curto (duração inferior a 1 minuto)
Alcance:	100 mil visualizações 887 curtidas 35 comentários

Print:



Ficha de Avaliação - objeto 1	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	19 de maio de 2025
https://www.instagram.com/reel/DJ16LFqIRxQ/	
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída por meio de uma narrativa factual e descritiva, de forma textual, baseada em informações atualizadas sobre o local do acidente, número de passageiros, dinâmica do ocorrido e atuação de fontes institucionais, como Polícia Militar, Corpo de Bombeiros e Samu. O texto apresenta marcação temporal precisa e atualização contínua das informações, reforçando o compromisso com a apuração em andamento. Visualmente, o vídeo registra o local do acidente, o veículo tombado e a atuação das equipes de resgate, conferindo caráter testemunhal ao conteúdo. Editorialmente, a contextualização com casos semelhantes recentes amplia a relevância jornalística e a percepção de interesse público
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há presença corporal de repórter no vídeo. A personalização da credibilidade ocorre de forma limitada, por meio da assinatura da autora das imagens, identificada como leitora da Tribuna. Ainda assim, a autoridade informativa permanece centralizada na instituição jornalística, que organiza, contextualiza e valida o material enviado.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O perfil estimula o engajamento de forma indireta, por meio da publicação de conteúdo de forte impacto local e do convite para acessar a matéria completa no site. O formato em vídeo favorece comentários e compartilhamentos, especialmente em função da gravidade do ocorrido e da atualização em tempo real.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere principalmente na obtenção das imagens, já que o vídeo é produzido por uma leitora. No entanto, a narrativa e o enquadramento informativo permanecem sob controle editorial da Tribuna de Minas, que mantém padrões jornalísticos de apuração, contextualização e verificação dos fatos.

Ficha de Avaliação - objeto 2	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	30 de junho de 2025
Formato:	Reels (video)
Tema:	Acidente de trânsito com vítima fatal na Avenida Juiz de Fora, Bairro Grama
Duração:	vídeo curto (cerca de 1 minuto)
Alcance:	34,8 mil visualizações 459 curtidas 17 comentários
Print:	

Ficha de Avaliação - objeto 2	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	30 de junho de 2025



https://www.instagram.com/p/DLiA1U-BrNE/

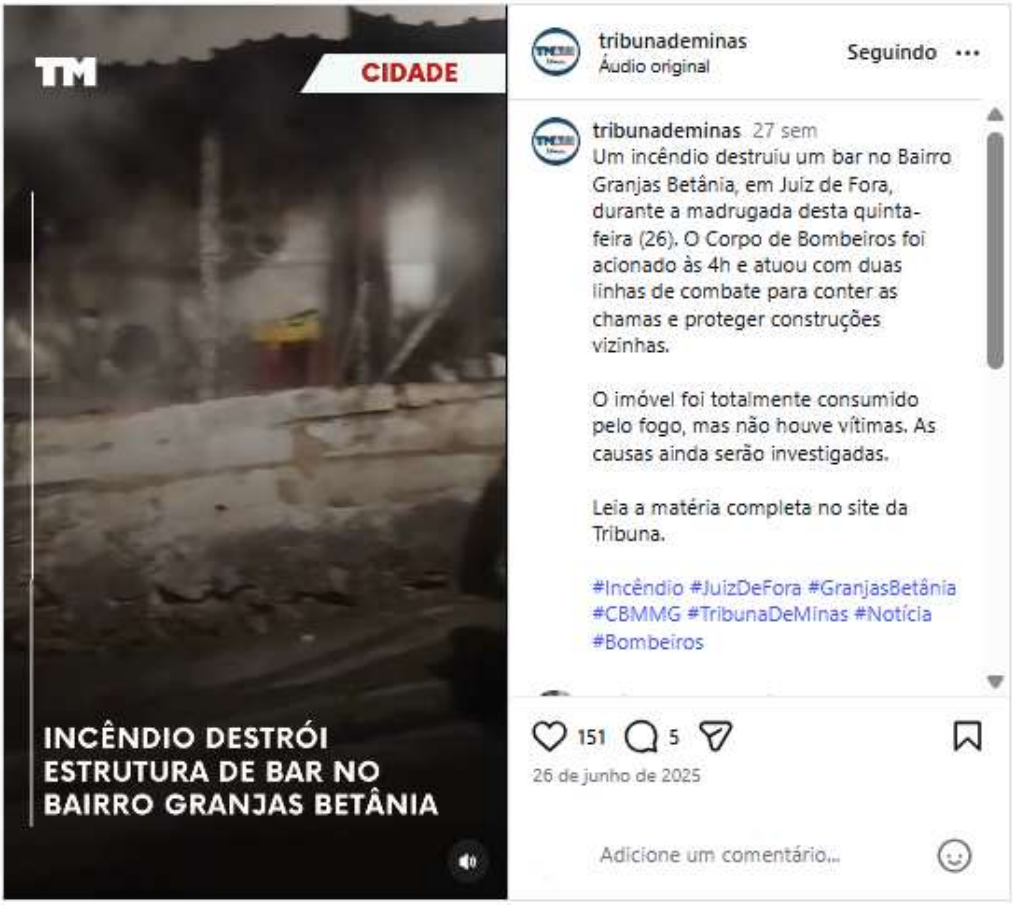
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade do conteúdo é construída por meio de uma narrativa objetiva e factual, característica do jornalismo institucional. O texto apresenta informações precisas sobre local, horário, vítima e circunstâncias do acidente, priorizando dados verificáveis. A menção a fontes oficiais, como o Serviço de Atendimento Móvel de Urgência (Samu), reforça a legitimidade das informações e evidencia o compromisso com a apuração. Visualmente, o perfil da Tribuna de Minas mantém identidade gráfica padronizada, o que contribui para o reconhecimento institucional e para a confiança do público no conteúdo veiculado.

Ficha de Avaliação - objeto 2	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	30 de junho de 2025
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Há personalização da credibilidade a partir da presença corporal do repórter, que assume o papel de mediador direto da informação diante do público. O jornalista aparece em enquadramento frontal, com postura profissional e linguagem verbal controlada, o que contribui para reforçar a autoridade informativa do conteúdo. Ainda que a credibilidade esteja fortemente ancorada na instituição jornalística, a figura do repórter funciona como extensão simbólica dessa autoridade, operando como um "rosto autorizado" do veículo no ambiente digital. A ausência de imagens diretas do acidente desloca o foco da narrativa para a mediação jornalística propriamente dita, priorizando a contextualização factual e a checagem das informações em detrimento de apelos visuais sensacionalistas. A narrativa adota tom informativo e descritivo, com vocabulário objetivo e ausência de marcas explícitas de subjetividade ou dramatização, o que reforça a credibilidade baseada em protocolos profissionais, na tradição editorial do veículo e na performance controlada do jornalista. Dessa forma, a presença do repórter não rompe com os valores do jornalismo institucional, mas atua como elemento de personalização moderada, alinhada às exigências de visibilidade e reconhecimento próprias das plataformas digitais.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento ocorre de forma indireta, sobretudo por meio de curtidas, comentários e compartilhamentos motivados pela relevância e pelo impacto social do acontecimento. O perfil não convoca explicitamente a participação do público na legenda, mantendo uma lógica comunicacional informativa e verticalizada. A principal estratégia de circulação consiste na indicação do site oficial para acesso à matéria completa, direcionando o fluxo de audiência da plataforma para o ambiente institucional do jornal.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou	Não há indícios de interferência da participação dos seguidores na definição da pauta ou na construção narrativa do conteúdo. A escolha do tema se ancora em critérios jornalísticos tradicionais, como relevância

Ficha de Avaliação - objeto 2	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	30 de junho de 2025
na forma como o conteúdo é apresentado?	local, interesse público e gravidade do fato. A narrativa permanece sob controle editorial do veículo, e a atuação da audiência se limita à recepção e à repercussão do conteúdo, sem impacto direto sobre sua produção.

Ficha de Avaliação - objeto 3	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	26 de junho de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Incêndio em bar no Bairro Granjas Betânia, em Juiz de Fora
Duração:	Vídeo curto (20 segundos)
Alcance:	12,6 mil visualizações 151 curtidas 15 comentários
Print:	

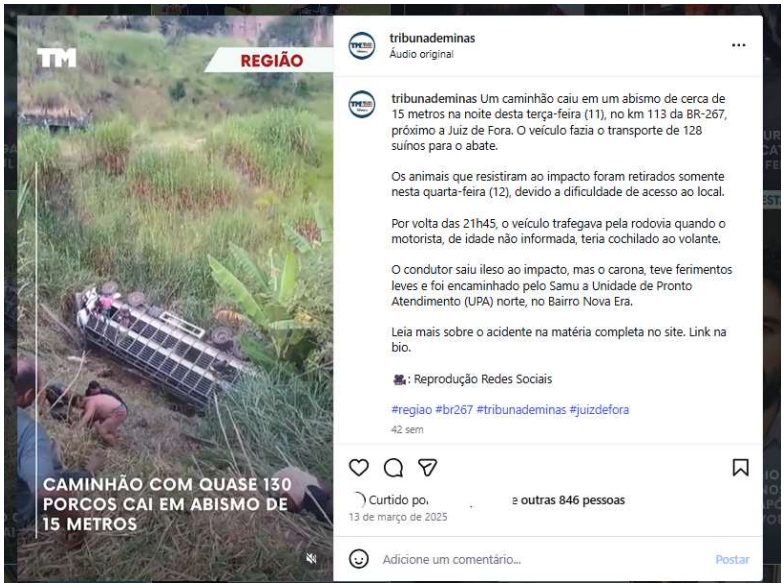
Ficha de Avaliação - objeto 3	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	26 de junho de 2025



https://www.instagram.com/p/DLXbcfdtnEg/

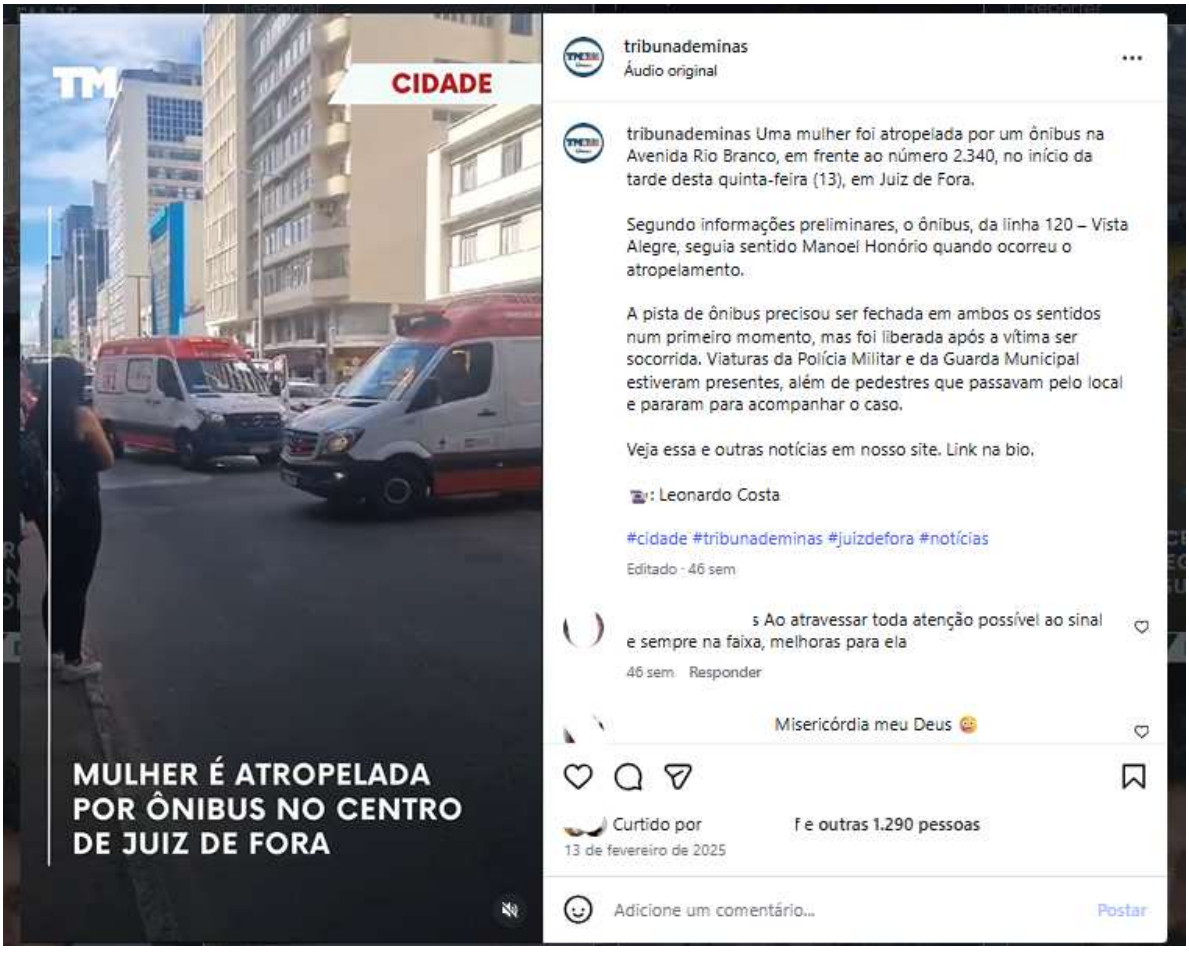
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é performada por meio de uma narrativa objetiva por meio textual, sustentada por informações factuais e confirmadas por fontes institucionais, como o Corpo de Bombeiros. O texto adota linguagem clara e informativa, priorizando dados essenciais, como o local, o horário do ocorrido, a atuação das equipes de emergência e a informação de que não houve vítimas. Do ponto de vista da materialidade audiovisual, o vídeo registra imagens do local do incêndio e da atuação do Corpo de Bombeiros no combate às chamas, conferindo visibilidade empírica ao acontecimento e reforçando o efeito de factualidade da narrativa. Visualmente, o conteúdo mantém a identidade institucional da Tribuna de

Ficha de Avaliação - objeto 3	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	26 de junho de 2025
	Minas, com padrão gráfico reconhecível e ausência de recursos sensacionalistas. Editorialmente, a chamada ao site oficial do veículo reforça a autoridade jornalística e a lógica de circulação integrada entre a plataforma social e o portal de notícias, reafirmando os protocolos profissionais do jornalismo institucional.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Neste conteúdo, não há personalização da credibilidade a partir da presença corporal de um jornalista identificado. A autoridade informativa está ancorada predominantemente na instituição jornalística, que assume o papel de emissora legítima da informação. A narrativa se mantém impessoal, sem marcas de opinião ou subjetividade, reforçando uma credibilidade baseada em protocolos profissionais, checagem e tradição editorial do veículo.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O estímulo à interação ocorre de forma moderada e indireta, principalmente por meio do convite para acessar a matéria completa no site da Tribuna de Minas. O formato privilegia a circulação rápida da informação, sem convocar explicitamente comentários, compartilhamentos ou participação ativa do público, mas pelo formato é algo que ocorre instantaneamente. O engajamento esperado é informacional, centrado no consumo do conteúdo e no redirecionamento para o ambiente institucional do veículo.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	Não há indícios de interferência direta da participação dos seguidores na definição da pauta ou na construção narrativa do conteúdo. A informação é apresentada de forma linear e fechada, com base em fontes oficiais e critérios tradicionais de noticiabilidade. A audiência ocupa o papel de receptora da informação, em consonância com o modelo clássico de mediação jornalística institucional.

Ficha de Avaliação - objeto 4	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	12 de março de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Carreta com porcos tomba na BR-267
Duração:	vídeo curto, 30 segundos
Alcance:	73,3 mil visualizações 847 curtidas 44 comentários
Print:  **https://www.instagram.com/reel/DHI6rrGMU9b/**	
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	Nessa publicação, a credibilidade é construída a partir de elementos clássicos do jornalismo profissional. O texto apresenta informações detalhadas e organizadas segundo a lógica da pirâmide invertida, respondendo a questões centrais como o que aconteceu, onde, quando, quem foi envolvido e quais foram as consequências do acidente. Há menção a dados objetivos, como altura aproximada do abismo, horário do ocorrido, tipo de carga transportada, número de animais, condições do motorista e atendimento

Ficha de Avaliação - objeto 4	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	12 de março de 2025
	prestado pelo Samu. A linguagem é formal, impessoal e padronizada, sem marcas de emoção ou julgamento moral. O crédito do vídeo (“Reprodução Redes Sociais”) explicita a origem das imagens, reforçando a transparência editorial. Além disso, o direcionamento para a “matéria completa no site” reafirma a ancoragem do post em um conteúdo jornalístico mais amplo, resultado de apuração e verificação.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade centrada em indivíduos específicos, como repórteres ou apresentadores. A autoridade narrativa é institucional, atribuída ao veículo Tribuna de Minas, cuja marca funciona como selo de confiabilidade. A ausência de corpos, vozes ou assinaturas pessoais reforça a lógica do jornalismo informativo tradicional.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O perfil estimula a interação principalmente por meio da oferta de informação e do convite explícito para acessar a matéria completa no site, integrando redes sociais e portal jornalístico. Não ocorre a resposta diretamente aos comentários por meio do veículo, mantendo uma postura institucional e distante, típica de veículos jornalísticos tradicionais.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores não interfere na pauta nem na narrativa do conteúdo, que já chega ao público com estrutura fechada e informativamente completa. Diferentemente de páginas colaborativas, o público não define o que será publicado nem como será narrado. A interação se limita ao espaço dos comentários, funcionando como reação ao conteúdo jornalístico, e não como elemento constitutivo da produção da notícia.

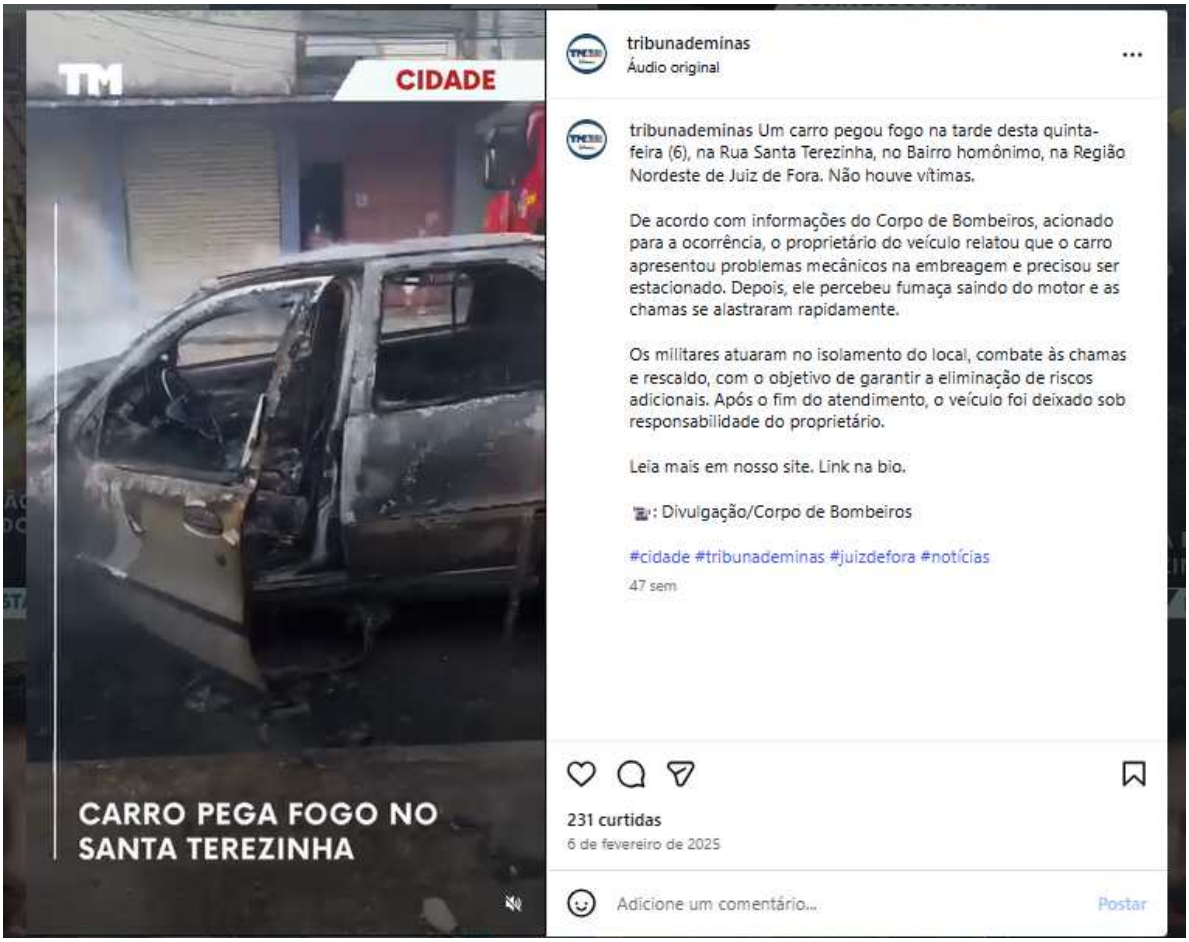
Ficha de Avaliação - objeto 5	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	13 de fevereiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Atropelamento de pedestre por ônibus na Avenida Rio Branco, em Juiz de Fora
Duração:	vídeo curto, 25 segundos
Alcance:	67,9 mil visualizações 1.291 curtidas 31 comentários
Print:	



Ficha de Avaliação - objeto 5	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	13 de fevereiro de 2025
https://www.instagram.com/reels/DGBj55Hhl_h/	
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída por meio de uma narrativa objetiva e factual, baseada em informações preliminares claramente identificadas como tal, com menção ao local exato do ocorrido, à linha de ônibus envolvida e à atuação de agentes institucionais, como Polícia Militar e Guarda Municipal. Discursivamente, o texto adota linguagem informativa, sem adjetivações ou dramatizações excessivas, priorizando a contextualização do acontecimento e a atualização da situação da via. Do ponto de vista visual, o vídeo apresenta imagens captadas por um profissional do próprio jornal, o que reforça a autoridade do conteúdo e o compromisso com práticas profissionais do jornalismo.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não existe personalização da credibilidade por meio da presença de um repórter em cena ou da condução direta da narrativa por um jornalista identificado em vídeo. A personalização ocorre de forma indireta, pela assinatura do crédito audiovisual ao profissional Leonardo Costa, o que sinaliza autoria profissional e responsabilidade editorial.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O perfil estimula o engajamento de forma moderada, por meio do convite para acessar outras notícias no site institucional, indicado pelo “link na bio”. O uso de hashtags relacionadas à cidade, ao veículo e ao tema amplia a circulação do conteúdo e favorece sua inserção nas dinâmicas algorítmicas da plataforma.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	Neste conteúdo específico, não há indícios de interferência direta da participação dos seguidores na definição da pauta, na construção da narrativa ou na forma de apresentação do material. A produção segue lógica editorial institucional, com apuração própria, registro audiovisual profissional e organização narrativa definida pelo veículo.

Ficha de Avaliação - objeto 6	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	06 de fevereiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Incêndio em veículo no Bairro Santa Terezinha
Duração:	vídeo curto, 20 segundos
Alcance:	17,7 mil visualizações 231 curtidas 0 comentários

Print:



https://www.instagram.com/reel/DFv0JMohvd-/

Ficha de Avaliação - objeto 6	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	06 de fevereiro de 2025
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída por meio de linguagem objetiva e informativa, baseada em dados factuais e em fonte institucional, o Corpo de Bombeiros. O vídeo mostra a atuação dos militares no local, reforçando a veracidade do acontecimento. A ausência de recursos sensacionalistas e o padrão visual institucional do perfil contribuem para a construção de autoridade informativa.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade por meio de repórter ou apresentador. A autoridade informativa está ancorada na instituição jornalística e na fonte oficial das informações e das imagens, enviada diretamente pelo corpo de bombeiros .
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento ocorre de forma indireta, por meio da publicação de conteúdo de interesse público imediato e do formato curto em vídeo, que favorece curtidas, comentários e compartilhamentos.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	Não. A pauta e a narrativa seguem critérios editoriais tradicionais e não apresentam interferência direta da participação dos seguidores.

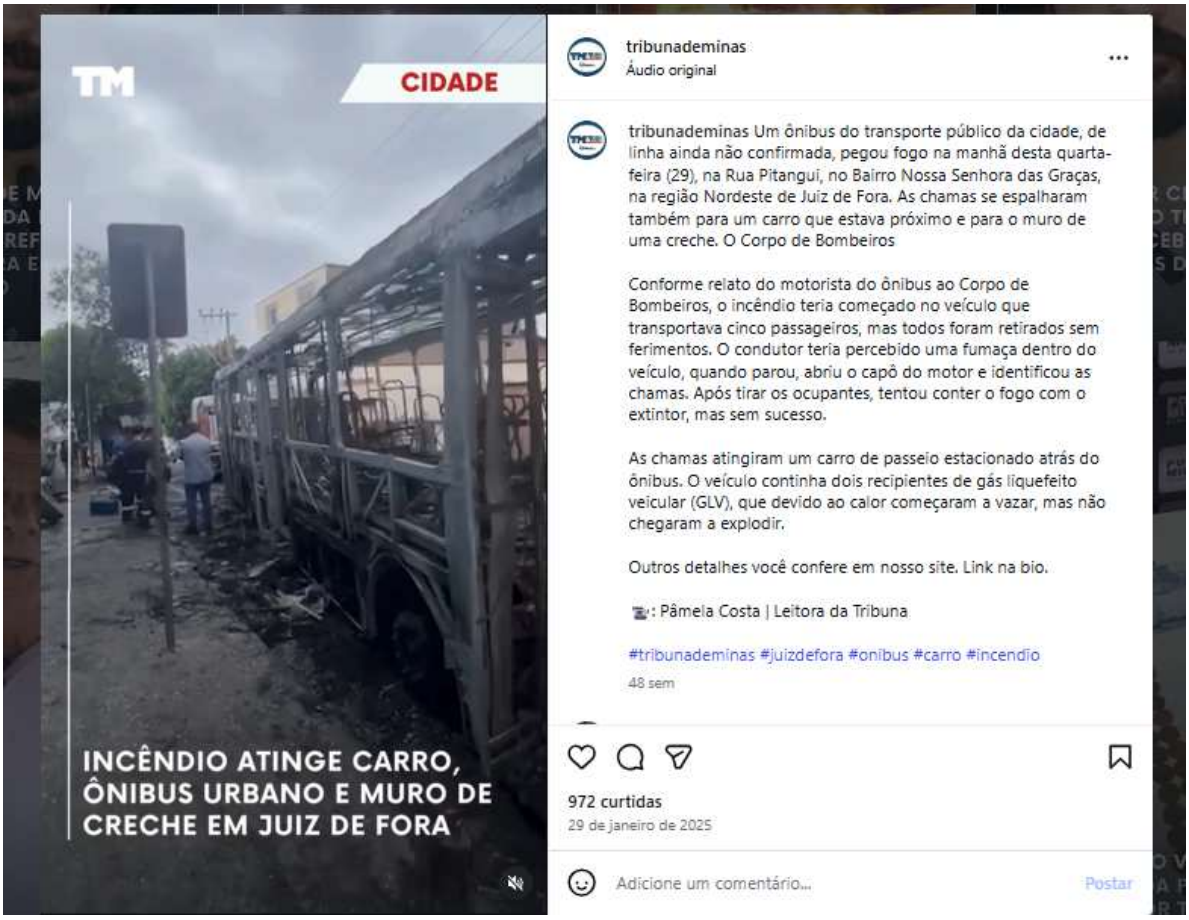
Ficha de Avaliação - objeto 7	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	31 de janeiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Colisão entre viatura da Polícia Civil e ônibus urbano no Centro de Juiz de Fora
Duração:	25 segundos
Alcance:	106 mil visualizações 2.647 curtidas 179 comentários
Print:	



Ficha de Avaliação - objeto 7	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	31 de janeiro de 2025
https://www.instagram.com/reel/DFfi_OMplC2/	
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída a partir de narrativa factual, detalhada e contextualizada, com informações sobre local, horário, dinâmica do acidente, número de feridos e encaminhamento das vítimas. O texto explicita a apuração em andamento e menciona a busca por posicionamento das instituições envolvidas. Visualmente, o vídeo produzido por fotojornalista do próprio veículo reforça a legitimidade da cobertura e o vínculo com práticas profissionais do jornalismo.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização por meio de repórter em cena. A credibilidade é ancorada na instituição jornalística e na autoria profissional das imagens, assinada por Leonardo Costa, reforçando a autoridade editorial do veículo.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento ocorre principalmente de forma reativa, com alto volume de curtidas e comentários motivados pelo impacto do acontecimento e pela relevância do tema. O formato em vídeo favorece compartilhamentos e debates nos comentários. Já os comentários evidenciam alto grau de engajamento afetivo e opinativo, marcado por polarização, julgamentos morais e disputas de interpretação sobre a responsabilidade pelo acidente. A maioria das interações assume caráter avaliativo, com usuários atribuindo culpa de forma direta à Polícia Civil ou antecipando uma possível responsabilização do motorista do ônibus, o que revela uma leitura crítica e desconfiada em relação às instituições públicas.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores não interfere diretamente na pauta nem na forma de apresentação do conteúdo jornalístico, que mantém estrutura informativa e institucional. No entanto, interfere na circulação social do acontecimento, ao produzir sentidos paralelos que tensionam a credibilidade das instituições envolvidas e reforçam leituras alternativas do fato.

Ficha de Avaliação - objeto 8	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	29 de janeiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Incêndio em ônibus do transporte público em Juiz de Fora, com danos a carro e muro de creche
Duração:	15 segundos
Alcance:	34,1 mil visualizações 972 curtidas 53 comentários
Print:	

Ficha de Avaliação - objeto 8	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	29 de janeiro de 2025



https://www.instagram.com/reel/DFaXBktJjar/

Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída por meio de uma narrativa factual e descritiva, com informações organizadas de forma clara sobre local, horário, número de passageiros, atuação do Corpo de Bombeiros e ausência de feridos. O texto mobiliza dados atribuídos a fontes institucionais e ao relato do motorista, reforçando a verificação dos fatos. Visualmente, o vídeo registra o incêndio e seus desdobramentos, conferindo caráter testemunhal ao conteúdo. Editorialmente, a identificação da autora das imagens, uma leitora do jornal e não integrante da equipe profissional da Tribuna de Minas, funciona como estratégia de transparência sobre a origem do material, ao mesmo tempo em que reafirma o papel do veículo na mediação, contextualização e validação jornalística

Ficha de Avaliação - objeto 8	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	29 de janeiro de 2025
	do acontecimento.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade a partir da presença de repórter ou apresentador. A credibilidade se ancora na instituição jornalística e na identificação da origem das imagens, atribuídas a uma leitora da Tribuna. A assinatura do vídeo funciona como marca de transparência sobre a procedência do material, e não como construção de autoridade individual.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O perfil estimula o engajamento ao publicar um conteúdo de forte impacto visual e social, relacionado ao transporte público, tema sensível para a população local. Os comentários são predominantemente espontâneos, com reações emocionais, críticas e ironias. Não há resposta direta do perfil aos comentários, mantendo uma postura institucional e informativa.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores não interfere na pauta nem na forma de apresentação do conteúdo, que permanece informativa e baseada em dados verificados. Contudo, os comentários produzem uma camada paralela de sentidos, na qual o público associa o incêndio a problemas estruturais do transporte público, má conservação da frota e falhas de gestão. Assim, a interação amplia o debate público, ainda que não altere a narrativa jornalística original.

Ficha de Avaliação - objeto 9	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	10 de janeiro de 2025
Formato:	Reels

Ficha de Avaliação - objeto 9	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	10 de janeiro de 2025
Tema:	Operação policial contra jogos de azar e lavagem de dinheiro em Juiz de Fora
Duração:	vídeo curto, 40 segundos
Alcance:	52,2 mil visualizações 727 curtidas 33 comentários

Print:



https://www.instagram.com/reel/DEqZN-3CX78/

Ficha de Avaliação - objeto 9	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de minas**
Data de veiculação:	10 de janeiro de 2025
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída por meio de uma narrativa factual, objetiva e baseada em informações oficiais da Polícia Civil de Minas Gerais. O texto apresenta dados precisos sobre a operação, como nome da ação, tempo de investigação, crimes investigados e perfil do suspeito. Visualmente, o vídeo reforça o caráter institucional da informação, associado à cobertura policial. Editorialmente, a assinatura do repórter e o direcionamento para o site do veículo fortalecem a autoridade jornalística e a lógica de apuração profissional.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Temos a presença de personalização da credibilidade por meio da identificação do repórter responsável pela matéria, Pedro Moyses. E a autoridade informativa permanece centrada na instituição jornalística e nas fontes oficiais. A presença do repórter funciona como garantia de apuração, sem recorrer à exposição corporal ou a marcas subjetivas na narrativa.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento ocorre principalmente por meio do consumo informativo e da seção de comentários, onde os usuários reagem ao conteúdo. O perfil não convoca explicitamente a participação ativa no posta, mantendo uma postura informativa tradicional, mas , chama o leitor a ver a matéria completa no site oficial. Além do perfil, se beneficia da circulação algorítmica do vídeo e da relevância social do tema.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	Não. A pauta, a narrativa e a apresentação do conteúdo seguem critérios jornalísticos institucionais, baseados em fontes oficiais e apuração própria. A participação dos seguidores ocorre de forma reativa, nos comentários, sem interferir diretamente na construção da notícia.

Ficha de Avaliação - objeto 10	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	02 de janeiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Incêndio residencial na zona rural de Juiz de Fora
Duração:	45 segundos
Alcance:	33,8 mil visualizações 545 curtidas 20 comentários
Print:	

Ficha de Avaliação - objeto 10	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	02 de janeiro de 2025



https://www.instagram.com/reels/DEVJ3QLMNc2/

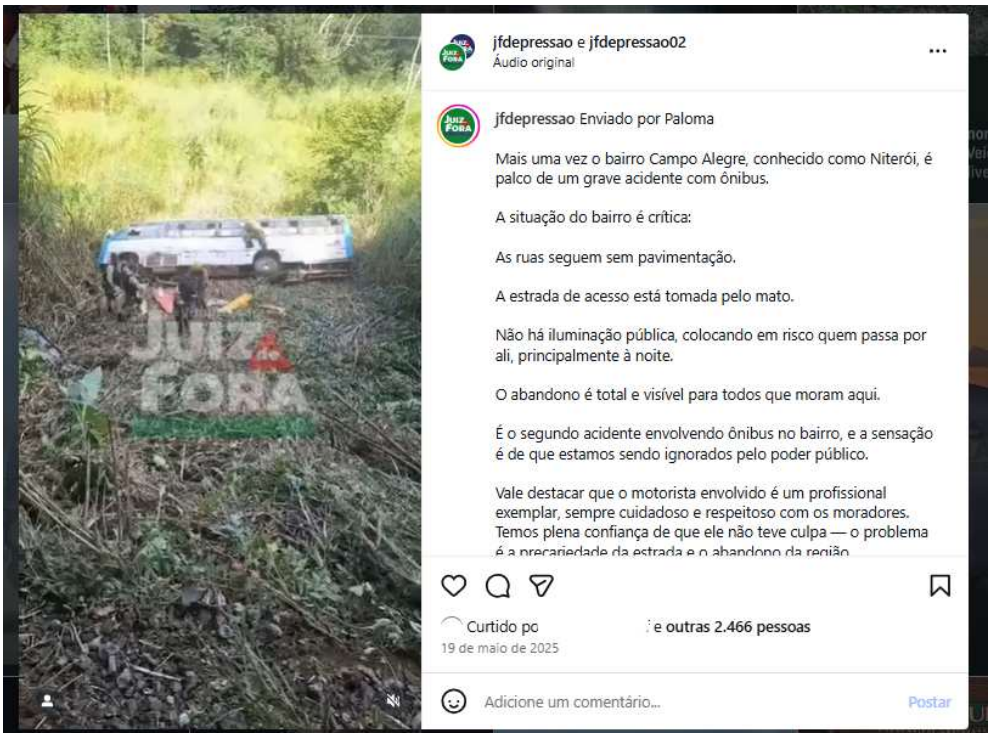
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída a partir de uma narrativa factual, detalhada e descritiva, com informações precisas sobre local, horário, causa do incêndio e estado de saúde das vítimas. O texto se ancora em fontes institucionais, como o Corpo de Bombeiros, a Polícia Militar e o Samu, o que reforça a verificação e a confiabilidade dos dados. Editorialmente, o conteúdo segue o padrão informativo do veículo, com hierarquização clara das informações e direcionamento para o site oficial para aprofundamento da notícia.

Ficha de Avaliação - objeto 10	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**Tribuna de Minas**
Data de veiculação:	02 de janeiro de 2025
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Há personalização da credibilidade a partir da presença corporal e da identificação do repórter Vinícius Soares, que apresenta a matéria e atua como mediador da informação. A credibilidade é construída de forma híbrida, articulando a autoridade institucional da Tribuna de Minas com a figura do jornalista enquanto representante legítimo do veículo. A presença do repórter confere proximidade e reconhecimento ao conteúdo,já que não há imagens do ocorrido, ao mesmo tempo em que a narrativa mantém tom técnico, informativo e impessoal, priorizando dados objetivos e informações confirmadas por fontes oficiais.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O perfil estimula o engajamento de forma indireta, por meio da relevância social do tema e da possibilidade de acesso à matéria completa no site. As interações ocorrem majoritariamente por curtidas, compartilhamentos e comentários dos usuários após a publicação.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	Não. A pauta e a narrativa são definidas a partir de critérios jornalísticos institucionais e de informações fornecidas por órgãos oficiais. A participação dos seguidores ocorre de forma reativa e não interfere na construção ou na apresentação do conteúdo.

JF Depressão

Ficha de Avaliação - objeto 11	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	19 de maio de 2025
Formato:	reels
Tema:	Acidente com ônibus no bairro Niterói
Duração:	vídeo curto, aproximadamente 30 segundos
Alcance:	190 mil visualizações 2.467 curtidas 191 comentários

Print:



https://www.instagram.com/reel/DJ10uA-t-Xn/

Eixo A: Construção da Credibilidade

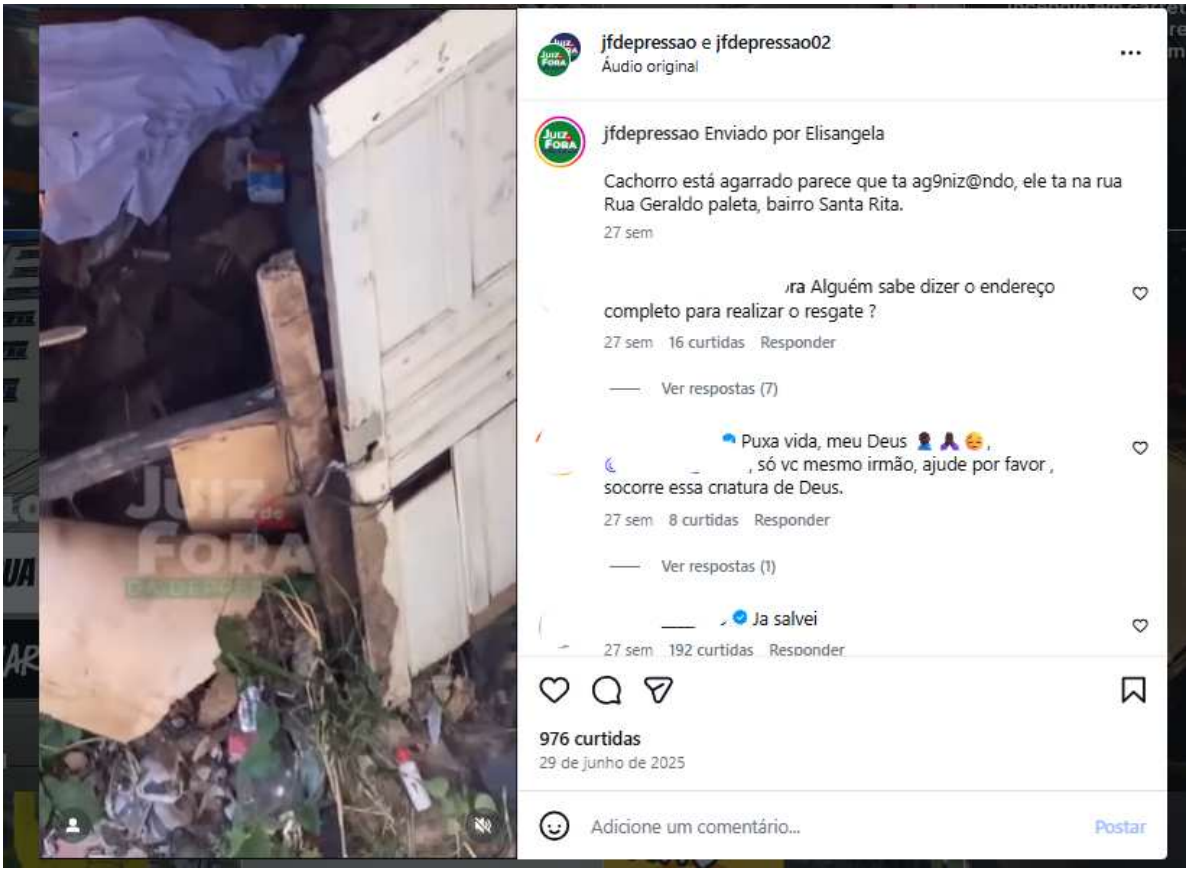
Ficha de Avaliação - objeto 11	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	19 de maio de 2025
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	No post analisado, a credibilidade é construída a partir de elementos que se distanciam das práticas jornalísticas tradicionais e se ancoram na lógica do testemunho e da circulação imediata. O texto enviado pela seguidora, identificado nominalmente, opera como marca de legitimidade baseada na vivência local, reforçada por uma narrativa emocional e denunciante que enfatiza o abandono do bairro e a recorrência de acidentes. O vídeo do acidente, publicado sem desfoque, contribui para a estética do flagrante e para a sensação de autenticidade e urgência, ainda que não haja confirmação oficial sobre vítimas ou circunstâncias do ocorrido. Editorialmente, o perfil se limita a reproduzir integralmente o conteúdo recebido, sem contextualização, checagem ou atualização das informações, transferindo a responsabilidade da narrativa para o emissor original e sustentando a credibilidade mais pela proximidade comunitária do que por critérios profissionais de apuração.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade nos moldes do jornalismo profissional, uma vez que não existe apresentador, repórter ou assinatura editorial do perfil. A personalização ocorre de forma indireta e coletiva, tanto pela identificação da seguidora que envia o relato quanto pela própria identidade simbólica do JF Depressão como espaço de visibilidade para denúncias locais. O perfil se posiciona como mediador técnico, e não discursivo, reforçando uma lógica de credibilidade baseada na confiança entre pares e na recorrência dos envios, em que o valor do conteúdo está associado à experiência cotidiana compartilhada e não à autoridade institucional.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	A postagem estimula intensamente a interação ao mobilizar uma linguagem convocatória e ao expor um problema coletivo, o que desencadeia uma avalanche de comentários. Predominam pedidos por informações sobre o estado de saúde das vítimas, manifestações de empatia, críticas ao poder público e disputas políticas, além de comentários irônicos e humorísticos que banalizam o acidente. O perfil, contudo, não responde

Ficha de Avaliação - objeto 11	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	19 de maio de 2025
	às interações nem oferece atualizações, fazendo com que o próprio público tente preencher as lacunas informativas. Assim, o engajamento assume a forma de um debate aberto e desorganizado, no qual convivem solidariedade, indignação, polarização política e circulação de informações não verificadas.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere de maneira decisiva na construção do sentido do conteúdo, uma vez que a pauta, a narrativa e os desdobramentos do post são inteiramente moldados pelas interações. A denúncia inicial sobre a precariedade da infraestrutura do bairro é rapidamente deslocada para múltiplas narrativas, sobretudo para a politização do episódio e para ataques ou defesas de atores políticos locais. Sem mediação editorial, o espaço de comentários se transforma em um campo de disputa simbólica, no qual versões contraditórias, boatos e acusações graves circulam sem hierarquia. Dessa forma, o perfil atua apenas como gatilho de visibilidade, enquanto o público assume, de forma fragmentada e conflitiva, funções que no jornalismo profissional seriam da redação, como informar, contextualizar e interpretar os acontecimentos.

Ficha de Avaliação - objeto 12	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	29 de junho de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Animal sofrendo maus tratos
Duração:	Aproximadamente 15 segundos

Ficha de Avaliação - objeto 12	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	29 de junho de 2025
Alcance:	95,7 mil visualizações 976 curtidas 347 comentários

Print:



https://www.instagram.com/reel/DLfXtdDs7qC/

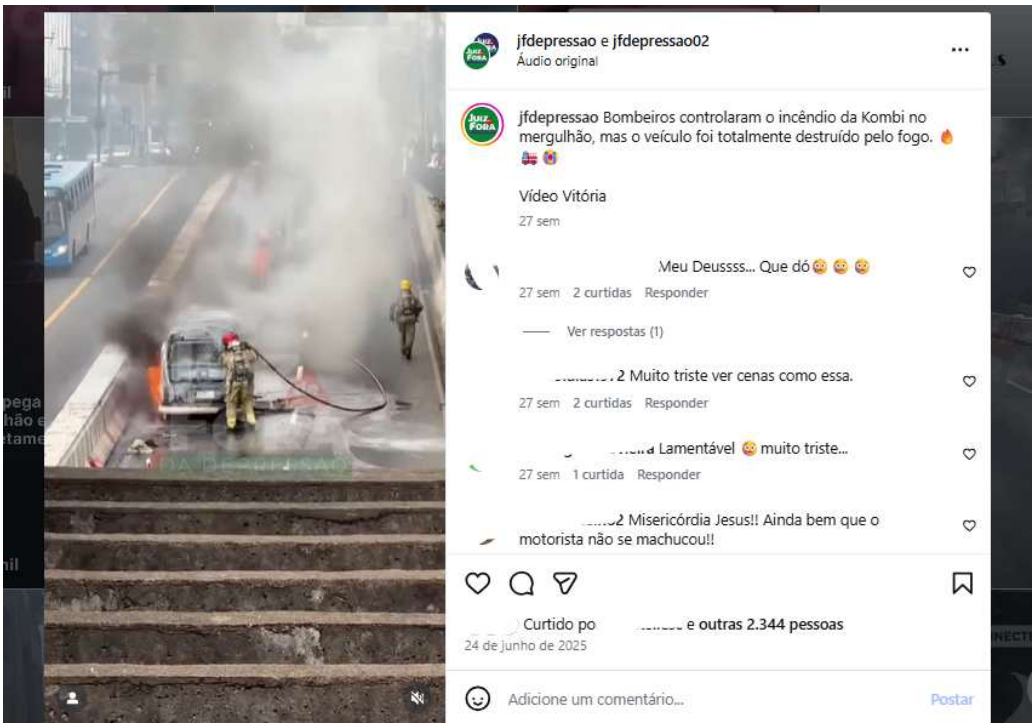
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	Nesta publicação a credibilidade é construída quase exclusivamente a partir do impacto da imagem explícita do cachorro em aparente sofrimento, que funciona como prova visual imediata da gravidade da situação. A legenda é curta, escrita de forma coloquial e com erros ortográficos, reproduzindo integralmente a mensagem enviada pela seguidora, o que evidencia a

Ficha de Avaliação - objeto 12	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	29 de junho de 2025
	ausência de qualquer mediação editorial. A indicação precisa do local atua como um marcador de veracidade. Não há informações sobre providências tomadas, acionamento de órgãos competentes ou atualização do estado do animal.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade associada a um comunicador profissional ou à identidade editorial do perfil. A credibilidade se ancora minimamente na figura da seguidora identificada que assume simbolicamente o papel de testemunha do sofrimento do animal. A presença do corpo do cachorro, em estado explícito de dor, ocupa o centro da narrativa e substitui qualquer necessidade de explicação adicional.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O post estimula o engajamento principalmente por meio do choque visual e da indignação moral. A discrepância entre o alto número de visualizações e o volume relativamente baixo de curtidas indica um tipo de consumo marcado mais pelo impacto e pelo desconforto do que pela aprovação explícita. O sofrimento animal, apresentado sem aviso ou desfoque, tende a gerar reações emocionais intensas, como revolta, tristeza, pedidos de ajuda e acusações, ainda que essas interações nem sempre se traduzam em curtidas. O perfil não responde aos comentários nem orienta o público sobre possíveis ações, como contato com ONGs, protetores independentes ou autoridades, reforçando uma lógica de exposição do problema sem encaminhamento.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere sobretudo na circulação e no sentido atribuído ao conteúdo. Embora a pauta inicial seja a situação do cachorro em sofrimento, os comentários tendem a ampliar o debate para denúncias de maus-tratos, críticas à omissão do poder público, ataques morais a possíveis responsáveis e apelos emocionais por resgate. Sem qualquer mediação editorial, essas reações passam a compor a narrativa do post, transformando em um espaço de julgamento moral.

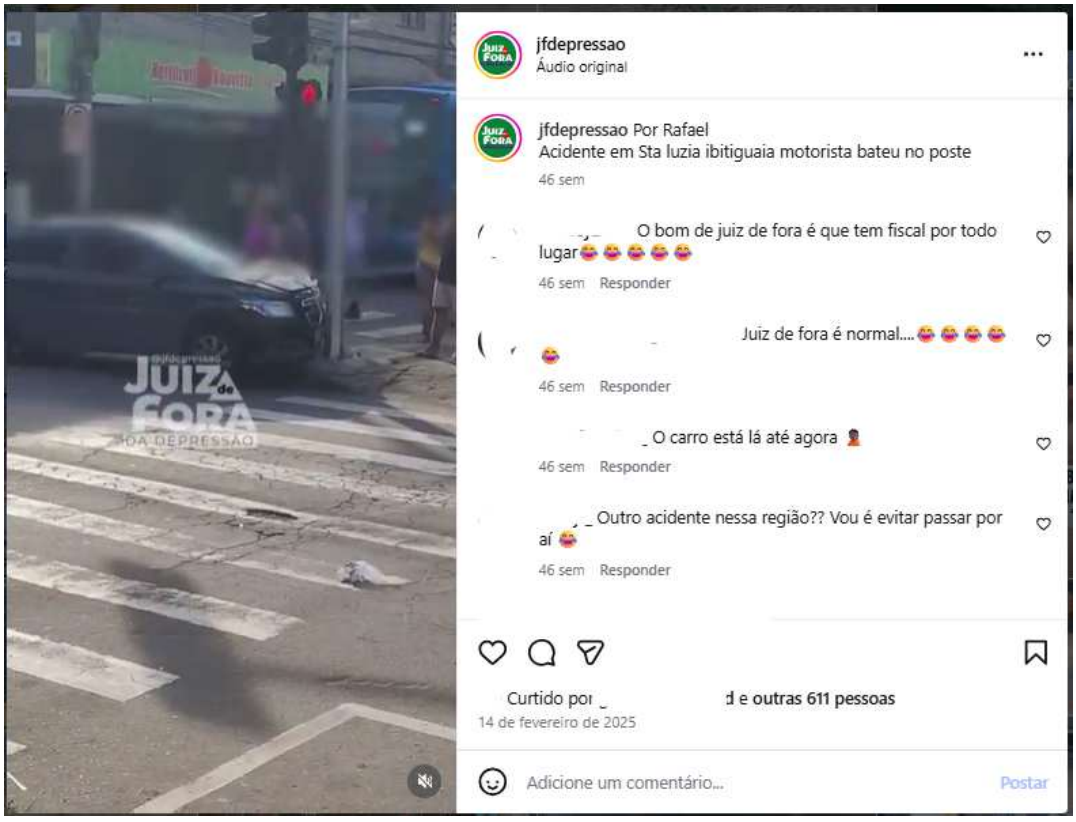
Ficha de Avaliação - objeto 13	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	26 de junho de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Bar pegando fogo no bairros Granjas Betânia
Duração:	Aproximadamente 15 segundos
Alcance:	220 mil visualizações 2,5 mil curtidas 95 comentários
Print:  **https://www.instagram.com/reel/DLXFpvmOgNB/**	
Eixo A: Construção da Credibilidade	

Ficha de Avaliação - objeto 13	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	26 de junho de 2025
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade neste post é performada principalmente pela combinação entre a imagem do incêndio e a afirmação categórica presente na legenda de que “ninguém se feriu”, ainda que não haja indicação de fonte oficial ou procedimento de verificação. O uso da expressão “essa madrugada” reforça a ideia de imediatismo e atualidade, características valorizadas nas dinâmicas das redes sociais. Editorialmente, o perfil adota uma postura mínima de mediação, limitando-se a informar local, horário aproximado e ausência de vítimas, além de identificar o seguidor responsável pelo envio do conteúdo. A imagem do incêndio funciona como principal elemento de validação do acontecimento, ancorando a narrativa na visualidade do fato e dispensando contextualização mais ampla, explicações sobre causas ou checagem institucional. Assim, a credibilidade construída é frágil e circunstancial, sustentada mais pela evidência visual e pela confiança na rede de seguidores do que por critérios jornalísticos de apuração.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade associada a um sujeito comunicador identificável, como ocorre no jornalismo profissional. A credibilidade se personaliza de forma difusa, deslocando-se para os próprios seguidores e para a comunidade local. A identificação do envio “por Gustavo” funciona como uma assinatura informal, sugerindo proximidade territorial e vivência direta do acontecimento. Nos comentários, essa personalização se intensifica quando familiares do dono do bar se manifestam, afirmando laços afetivos (“bar do meu vô”, “bar do meu avô”), o que reforça a percepção de autenticidade e humanidade do episódio. Dessa forma, a credibilidade deixa de ser institucional ou profissional e passa a operar como uma credibilidade relacional, baseada em vínculos emocionais e reconhecimento comunitário.
Eixo B: Relação com o Público	

Ficha de Avaliação - objeto 13	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	26 de junho de 2025
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O post estimula intensamente a interação ao apresentar um acontecimento dramático, associado a um estabelecimento conhecido da região. A ausência de explicações sobre as causas do incêndio abre espaço para especulações nos comentários, que se tornam o principal locus de produção de sentidos. Predominam manifestações de solidariedade, tristeza e empatia com o dono do bar, identificado pelo apelido "Geladeira", além de comentários que expressam medo, perplexidade e sensação de insegurança urbana. Paralelamente, surgem comentários especulativos e acusatórios, que levantam hipóteses sobre incêndios criminosos, falhas elétricas ou irregularidades do local, sem qualquer base comprovada. O perfil não intervém para moderar, corrigir ou contextualizar essas interações, permitindo que convivam discursos solidários, irônicos, conspiratórios e moralizantes.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere de maneira decisiva na narrativa do post, ampliando e transformando seu sentido original. Embora a legenda seja breve e relativamente neutra, os comentários passam a construir uma narrativa coletiva que humaniza o episódio, personaliza o prejuízo e ressignifica o bar como espaço de memória afetiva, convivência e referência comunitária. Ao mesmo tempo, essa participação fragmenta o acontecimento, pois diferentes versões, hipóteses e julgamentos morais são apresentados sem qualquer hierarquização ou verificação. O resultado é um conteúdo cuja pauta inicial — o incêndio sem vítimas — é rapidamente deslocada para debates sobre segurança urbana, recorrência de incêndios em Juiz de Fora, abandono do poder público e suspeitas de criminalidade. Isso evidencia que, no modelo comunicacional do JF Depressão, a narrativa final não é controlada pelo perfil, mas construída de forma caótica e colaborativa pelos próprios seguidores.

Ficha de Avaliação - objeto 14	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	24 de junho de 2025
Formato:	reels
Tema:	Veículo pegando fogo no mergulhão
Duração:	cerca de 15 segundos
Alcance:	105 mil visualizações 2,345 curtidas 92 comentários
Print:  **https://www.instagram.com/reel/DLSMvgWMjrE/**	
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	No post analisado, a credibilidade não é construída a partir de procedimentos jornalísticos tradicionais, como apuração, checagem de fontes ou contextualização dos fatos. Ela se sustenta

Ficha de Avaliação - objeto 14	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	24 de junho de 2025
	principalmente na força do registro visual do acontecimento, que funciona como prova imagética do ocorrido. A legenda é curta e objetiva, informando que os bombeiros controlaram o incêndio e que o veículo foi totalmente destruído, sem aprofundamento preciso do ocorrido. O uso de emojis de fogo, viatura e choro reforça o caráter emocional e pessoal do conteúdo. A menção “Vídeo Vitória” indica a origem do material, reforçando a lógica de repostagem e atribuição ao seguidor, e não uma autoria editorial do perfil.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não se percebe personalização da credibilidade como conhece-se nos moldes do jornalismo profissional, uma vez que não existe apresentador, repórter ou assinatura institucional clara. A credibilidade é deslocada para o seguidor que enviou o vídeo, cuja identidade aparece apenas de forma nominal. A narrativa se constrói de maneira impessoal e fragmentada, baseada no acontecimento em si e no impacto visual.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O perfil estimula o engajamento de forma indireta, ao publicar conteúdos de forte apelo visual e emocional, como incêndios e acidentes urbanos. A ausência de perguntas diretas na legenda não impede a participação do público, que tende a comentar com reações emocionais, especulações sobre as causas do incêndio e avaliações sobre a frequência desse tipo de ocorrência na cidade. O alto número de visualizações indica que o engajamento ocorre principalmente pelo consumo e compartilhamento do conteúdo.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere diretamente na pauta, já que o conteúdo publicado é enviado por eles e define o que será exibido no perfil. Não há indícios de curadoria temática aprofundada ou de reelaboração narrativa a partir dos comentários.

Ficha de Avaliação - objeto 15	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	14 de fevereiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Acidente de automóvel
Duração:	Aproximadamente 10 segundos
Alcance:	53,2 mil visualizações 612 curtidas 29 comentários
Print:  **https://www.instagram.com/reels/DGDPOwSuFn9/**	
Eixo A: Construção da Credibilidade	

Ficha de Avaliação - objeto 15	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	14 de fevereiro de 2025
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é sustentada principalmente pelo registro visual do acidente e pela identificação do remetente, o que reforça a lógica de testemunho direto. Não há qualquer indicativo de apuração, confirmação de informações ou contextualização sobre as circunstâncias do ocorrido. A legenda apresenta erros de escrita e ausência de padronização linguística, elementos que reforçam o caráter informal e não jornalístico da publicação. Ainda assim, o vídeo funciona como evidência do fato, sendo suficiente para legitimar o acontecimento aos olhos do público, independentemente de explicações técnicas ou fontes oficiais.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade nos moldes tradicionais do jornalismo. A única forma de personalização ocorre pela menção ao nome do seguidor que enviou o conteúdo, deslocando a autoridade narrativa para o cidadão comum. A ausência de um mediador institucional faz com que a credibilidade esteja ancorada no “estar lá” e no registro imediato, e não em uma identidade profissional ou editorial. A narrativa se constrói de forma fragmentada, limitada ao impacto visual do acidente.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento do público ocorre de maneira espontânea e intensa, impulsionado pela natureza cotidiana e recorrente dos acidentes urbanos em Juiz de Fora. Os comentários predominantes mesclam humor, ironia, julgamento moral do motorista e relatos pessoais, como o depoimento de um seguidor que afirma ter estado no local com o filho no momento do acidente. O perfil não intervém na conversa nem orienta o debate, funcionando apenas como espaço de circulação do conteúdo e das reações do público.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere diretamente na pauta, já que o conteúdo publicado é enviado por eles e define os acontecimentos que ganham visibilidade no perfil. Contudo, essa participação não altera a forma de apresentação do conteúdo, que segue um padrão

Ficha de Avaliação - objeto 15	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	14 de fevereiro de 2025
	repetitivo: vídeo, legenda curta e identificação do remetente. A narrativa se amplia nos comentários, onde surgem explicações, especulações e testemunhos, mas sem qualquer mediação do perfil, o que reforça a lógica de exposição informal e colaborativa, distante dos critérios jornalísticos de apuração e responsabilidade editorial.

Ficha de Avaliação - objeto 16	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	12 de março de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Acidente com ônibus que transportava porcos na BR-267
Duração:	cerca de 30 segundos
Alcance:	98 mil visualizações 2.434 curtidas 145 comentários
Print:	

Ficha de Avaliação - objeto 16	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	12 de março de 2025



https://www.instagram.com/reel/DHHV8wxyAQ_/

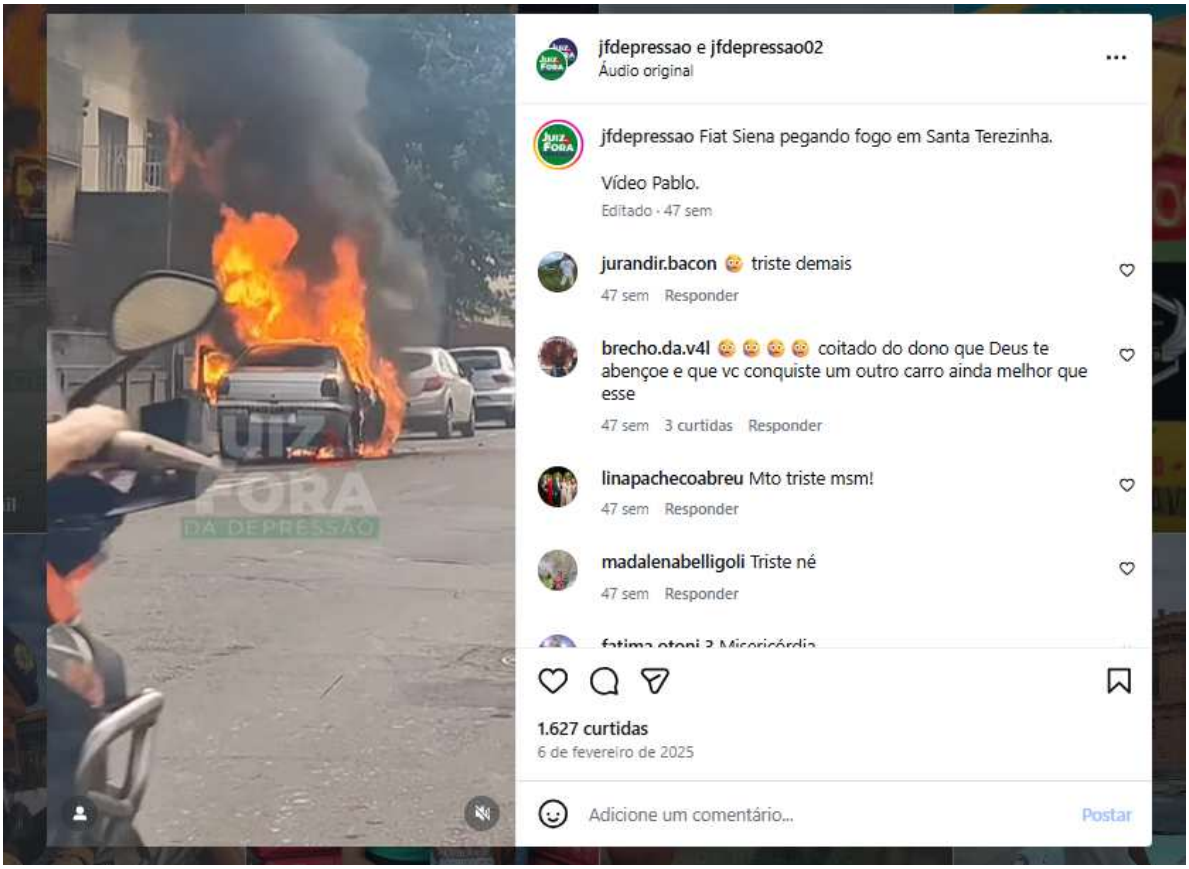
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	Nesta publicação, a credibilidade é construída a partir do registro visual do acidente e da identificação do remetente (“Por Giovane”), reforçando a lógica do testemunho cidadão. A legenda apresenta linguagem informal, com abreviações e grafia alterada (“p9rc0s”), além de informações incompletas e imprecisas, como a ausência de dados confirmados sobre o estado de saúde do motorista e a situação dos animais. Não há indicação de fontes oficiais, horários precisos ou confirmação por autoridades.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade nos moldes do jornalismo profissional. A única forma de personalização ocorre pela menção ao nome do seguidor que enviou o conteúdo, deslocando a autoridade narrativa para o cidadão comum que presenciou o ocorrido. Não há presença de repórter, narrador ou assinatura editorial. A credibilidade, portanto, está ancorada na ideia de proximidade com o fato e na lógica do “quem viu

Ficha de Avaliação - objeto 16	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	12 de março de 2025
	mostra", e não em uma identidade institucional ou profissional.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento do público é intenso e majoritariamente emocional, marcado por comentários que expressam preocupação com o motorista, pedidos por informações atualizadas e manifestações religiosas. Também surgem comentários especulativos e denúncias informais, como relatos sobre pessoas descendo até o local do acidente para recolher animais vivos. O perfil não responde aos comentários nem organiza a conversa, permitindo que diferentes narrativas, hipóteses e julgamentos circulem livremente nos comentários.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere diretamente na pauta, já que o conteúdo publicado é enviado por eles e define quais acontecimentos ganham visibilidade no perfil. No entanto, essa participação não interfere na narrativa nem na forma de apresentação do post, que permanece padronizada e limitada a uma legenda breve e ao vídeo. A narrativa se expande nos comentários, onde o público busca complementar informações, questiona a veracidade de dados e constrói sentidos coletivos sobre o ocorrido, sem qualquer mediação editorial, o que evidencia tanto o potencial participativo quanto os riscos informativos desse tipo de circulação.

Ficha de Avaliação - objeto 17	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	06 de fevereiro de 2025
Formato:	Reels

Ficha de Avaliação - objeto 17	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	06 de fevereiro de 2025
Tema:	Incêndio em veículo no bairro Santa Terezinha
Duração:	vídeo curto, cerca de 30 segundos
Alcance:	84,3 mil visualizações 1.627 curtidas 100 comentários

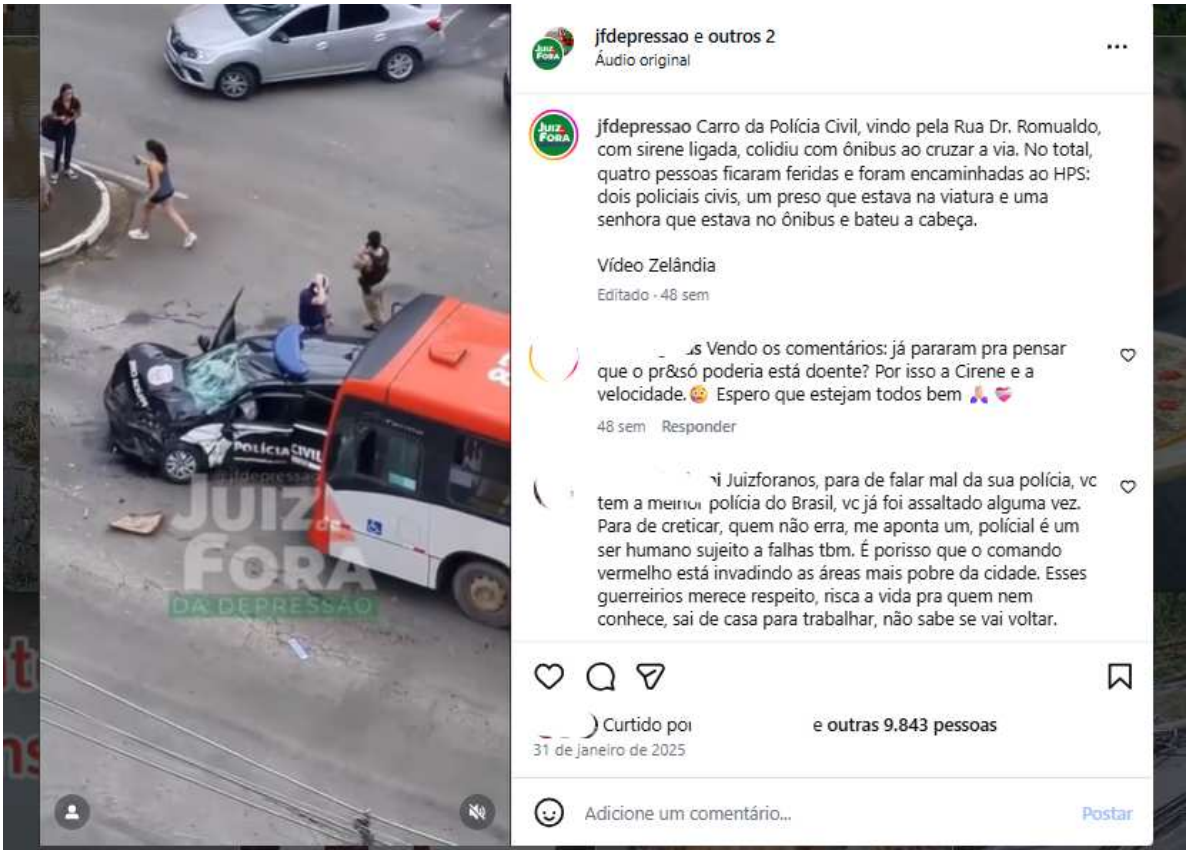
Print:



https://www.instagram.com/reel/DFvd-1kR6zo/

Eixo A: Construção da Credibilidade

Ficha de Avaliação - objeto 17	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	06 de fevereiro de 2025
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é construída fundamentalmente a partir do impacto visual do vídeo, que registra o automóvel em chamas, e da identificação do remetente "Vídeo Pablo", reforçando a lógica do testemunho direto. A legenda é extremamente breve e descritiva "Fiat Siena pegando fogo em Santa Terezinha", sem contextualização sobre causas, horário, atendimento de emergência ou consequências do ocorrido.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade nos moldes do jornalismo profissional. A única marca de autoria é a menção ao nome do seguidor que enviou o vídeo, o que desloca a autoridade narrativa para o cidadão comum. Não há presença de repórter, narrador ou assinatura editorial do perfil. A credibilidade opera a partir da proximidade com o acontecimento e da ideia de autenticidade associada ao registro espontâneo, e não de uma identidade institucional ou profissional.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento do público ocorre de forma intensa e predominantemente emocional. Os comentários expressam tristeza, empatia com o proprietário do veículo e mensagens de solidariedade. Também surgem questionamentos pontuais sobre o local exato do ocorrido. O perfil não responde as interações, permitindo que o espaço dos comentários funcione como um fórum aberto de reações afetivas e especulações, sem mediação editorial.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere diretamente na pauta, uma vez que o conteúdo é enviado por eles e define quais acontecimentos cotidianos ganham visibilidade no perfil. A narrativa se amplia nos comentários, onde os seguidores constroem sentidos coletivos sobre o ocorrido, mas sem qualquer intervenção do perfil, reforçando a lógica de circulação informal de informações e emoções, característica desse tipo de página

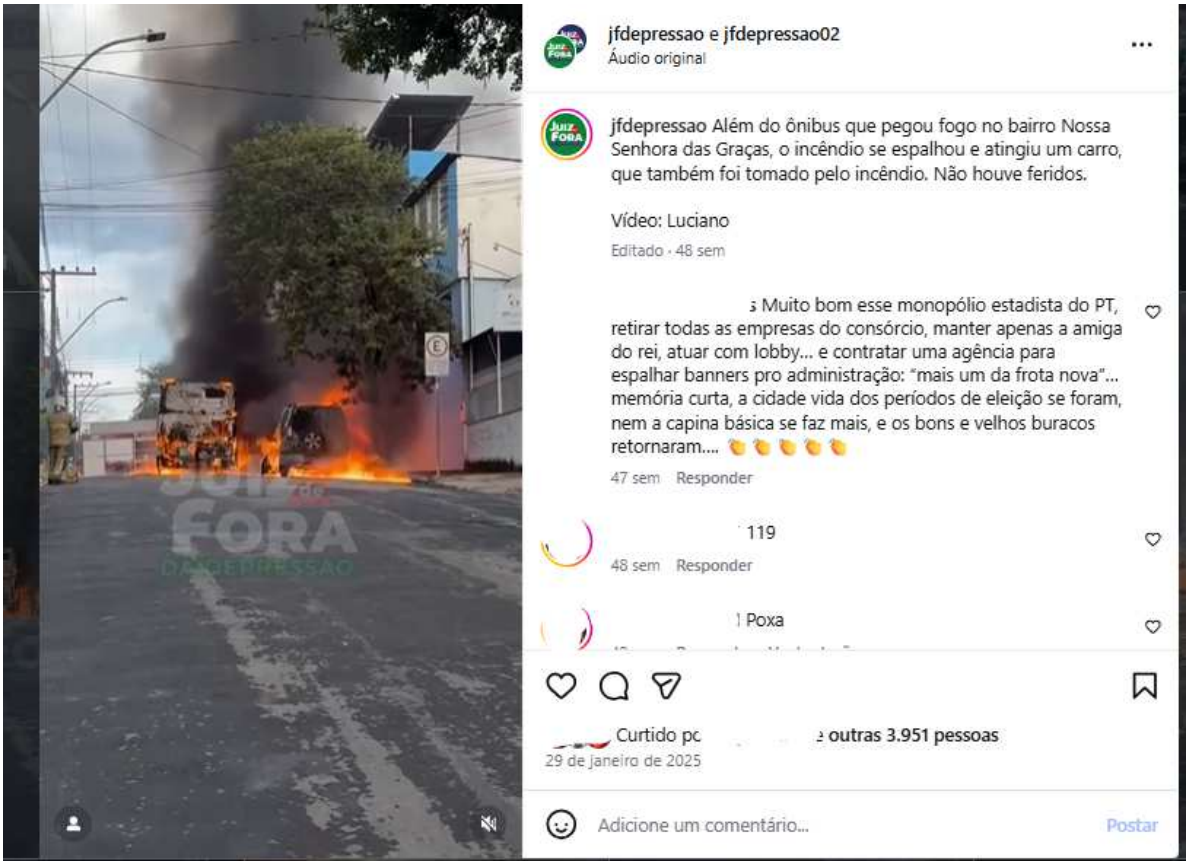
Ficha de Avaliação - objeto 18	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	31 de janeiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Acidente de trânsito envolvendo viatura policial e transporte coletivo
Duração:	cerca de 45 segundos
Alcance:	388 mil visualizações 9.844 curtidas 510 comentários
Print:	

Ficha de Avaliação - objeto 18	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	31 de janeiro de 2025
https://www.instagram.com/reel/DFfexqPOFX8/	
Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	Neste post, a credibilidade é construída a partir da combinação entre o registro visual do acidente e uma legenda mais detalhada do que o padrão observado em outros conteúdos do perfil. A descrição informa local de circulação, dinâmica do acidente, número de feridos e destino das vítimas, o que aproxima ainda que de forma superficial e longínqua do meio informacional tradicional. No entanto, essas informações não são atribuídas a fontes oficiais nem acompanhadas de confirmação institucional. A menção "Vídeo Zelândia" reforça a lógica de testemunho cidadão e de repostagem, deslocando a responsabilidade informativa para o seguidor que enviou o material.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade nos moldes do jornalismo profissional. A autoridade narrativa não está associada a um repórter, apresentador ou à identidade editorial do perfil, mas ao vídeo enviado por um seguidor identificado nominalmente. O perfil atua apenas como mediador técnico da circulação do conteúdo, sem assumir uma posição explícita de autoria ou responsabilidade narrativa.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O engajamento do público é elevado e marcado por forte polarização discursiva. Os comentários revelam disputas de sentido em torno da atuação policial, alternando entre defesa institucional da polícia, críticas à imprudência no trânsito, ironias, ataques e manifestações de empatia com as vítimas, incluindo o preso que estava na viatura. O perfil não intervém para organizar, moderar ou contextualizar o debate, permitindo que diferentes interpretações, julgamentos morais e discursos políticos coexistem no espaço dos comentários. O formato predominante de engajamento é o comentário opinativo, muitas vezes extenso e emocional, o que amplia a visibilidade e a circulação do post.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou	A participação dos seguidores interfere diretamente na pauta, uma vez que o conteúdo publicado é enviado

Ficha de Avaliação - objeto 18	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	31 de janeiro de 2025
na forma como o conteúdo é apresentado?	por eles e define quais acontecimentos ganham destaque no perfil. Contudo, a participação não interfere na forma de apresentação nem na narrativa inicial do post, que permanece fixa e pouco contextualizada. A narrativa se desdobra principalmente nos comentários, onde o público constrói versões, atribui culpas, defende ou condena instituições e projeta valores sociais mais amplos. Essa dinâmica evidencia o papel do JF Depressão como espaço de circulação e disputa simbólica sobre acontecimentos urbanos, sem mediação editorial ou compromisso com o esclarecimento informativo.

Ficha de Avaliação - objeto 19	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	29 de janeiro de 2025
Formato:	Reels
Tema:	Incêndio em ônibus urbano com propagação do fogo para veículo particular
Duração:	Cerca de 30 segundos
Alcance:	170 mil visualizações 3.952 curtidas 140 comentários
Print:	

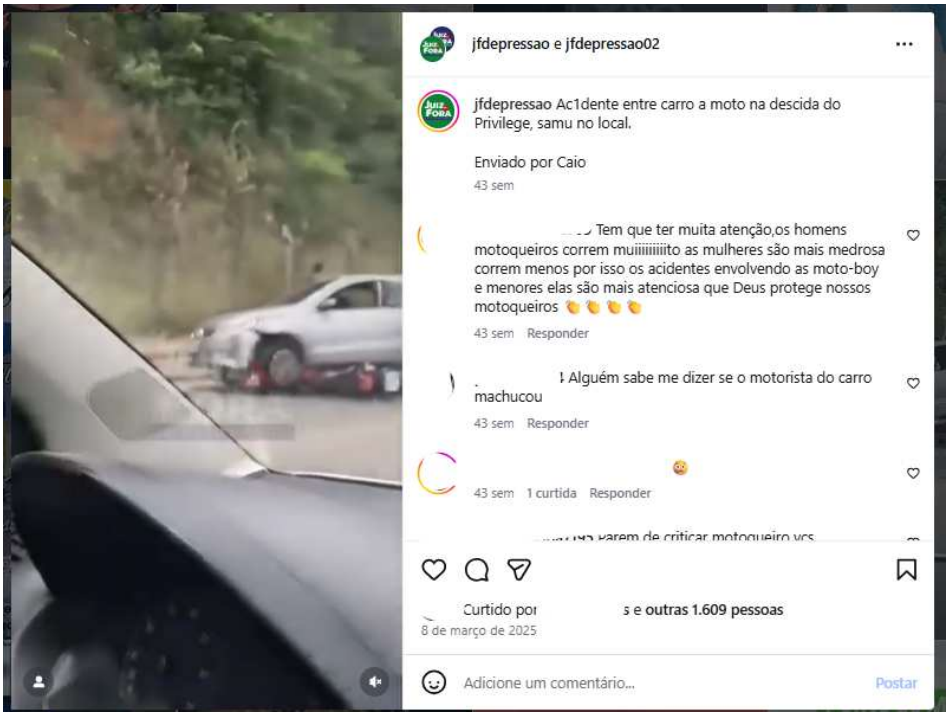
Ficha de Avaliação - objeto 19	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	29 de janeiro de 2025



https://www.instagram.com/reel/DFZ9a6ZuUuL/

Eixo A: Construção da Credibilidade	
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade é sustentada prioritariamente pelo registro visual do incêndio, que funciona como prova empírica do acontecimento. A legenda informa de forma direta o fato principal, incêndio em ônibus com propagação das chamas para um carro estacionado, e destaca a ausência de vítimas, elemento recorrente na tentativa de oferecer um fechamento tranquilizador à narrativa. O uso do crédito "Vídeo: Luciano" reforça a lógica da testemunha ocular, característica central do JF Depressão, transferindo a autoridade do relato para o cidadão que presenciou o evento. Não há indicação de fonte oficial, posicionamento do consórcio responsável pelo transporte coletivo ou dados técnicos sobre causas do incêndio, o que evidencia a ausência de procedimentos de apuração jornalística. Ainda assim, a combinação entre imagem impactante e

Ficha de Avaliação - objeto 19	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	29 de janeiro de 2025
	legenda objetiva produz uma sensação de informação suficiente para o consumo rápido nas redes sociais.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade nos moldes jornalísticos tradicionais. O perfil não se apresenta como narrador institucional nem assume autoria do conteúdo. A credibilidade se constrói de forma descentralizada, ancorada no envio do vídeo por um seguidor identificado nominalmente. Essa dinâmica reforça a ideia de autenticidade baseada na vivência direta do acontecimento, em detrimento da mediação profissional. O perfil atua como canal de difusão, não como sujeito responsável pela verificação ou contextualização dos fatos.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O post gera um alto volume de interações marcadas por indignação, críticas estruturais ao transporte público e forte politização do debate, mas nada diretamente a forma como foi comunicado. Os comentários extrapolam o evento específico do incêndio e passam a relacioná-lo ao monopólio do transporte coletivo, à manutenção da frota, à atuação da prefeitura e a disputas partidárias. Também aparecem manifestações de alívio pela ausência de vítimas e relatos pessoais de experiências negativas com ônibus da cidade. O perfil não intervém nos comentários nem propõe direcionamentos discursivos, permitindo que o espaço funcione como arena de desabafo, acusação e construção coletiva de sentidos. O formato predominante de engajamento é o comentário opinativo, frequentemente emocional e generalizante.
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere diretamente na pauta, já que o conteúdo publicado é resultado do envio de vídeos por cidadãos comuns, o que define quais acontecimentos ganham visibilidade no perfil. No entanto, a narrativa inicial permanece fixa e pouco elaborada, não sendo alterada a partir das interações. O aprofundamento do tema ocorre exclusivamente nos comentários, onde os seguidores atribuem responsabilidades, recuperam episódios anteriores de falhas na frota e constroem uma leitura sistêmica do problema do transporte público em Juiz de Fora.

Ficha de Avaliação - objeto 20	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	08 de março de 2025
Formato:	Reels
Tema:	acidente de trânsito envolvendo carro e motocicleta
Duração:	cerca de 20 segundos
Alcance:	246 mil visualizações 1.610 curtidas 74 comentários
Print:  **https://www.instagram.com/reel/DG8QVm2MoNy/**	
Eixo A: Construção da Credibilidade	

Ficha de Avaliação - objeto 20	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	08 de março de 2025
Quais elementos discursivos, visuais e editoriais são mobilizados pelos perfis para performar credibilidade?	A credibilidade do conteúdo é construída a partir do flagrante visual do acidente e da menção à presença do SAMU no local, elemento que funciona como marcador de veracidade e gravidade da ocorrência. A legenda é curta, objetiva e descritiva, limitando-se a informar o tipo de acidente, o local e o atendimento emergencial, sem aprofundamento sobre causas, responsabilidades ou estado clínico detalhado das vítimas. O crédito “Enviado por Caio” reforça a lógica do testemunho cidadão, característica central do JF Depressão, em que a autoridade da informação deriva da proximidade do autor com o acontecimento.
Há personalização da credibilidade (identidade do apresentador, presença do corpo, assinatura pessoal)? Como ela opera na narrativa?	Não há personalização da credibilidade por meio da figura de um apresentador ou narrador fixo. O perfil mantém uma postura impessoal, atuando como intermediário entre o seguidor que enviou o vídeo e o público. A credibilidade é fragmentada e distribuída entre os usuários, especialmente nos comentários, onde diferentes versões do ocorrido são apresentadas. Alguns seguidores afirmam que o motociclista estava correto e que o motorista do carro realizou uma conversão proibida, enquanto outros reforçam estigmas associados a motociclistas, sobretudo motoboys. Assim, a narrativa factual inicial é rapidamente substituída por disputas interpretativas, sem que o perfil exerça qualquer mediação editorial.
Eixo B: Relação com o Público	
Como os perfis estimulam, moldam ou respondem às interações do público, e quais formatos de engajamento predominam?	O post estimula um engajamento intenso e polarizado, marcado por julgamentos morais, generalizações e tentativas de defesa de categorias profissionais. Os comentários revelam uma forte tensão discursiva entre críticas aos motociclistas, frequentemente associados à imprudência, e manifestações de empatia e defesa, especialmente por parte de motoboys e colegas de profissão. Há também intervenções que buscam contextualizar o acidente, mencionando conversão proibida, presença de radar no trecho e histórico de acidentes no local. O perfil não responde nem modera os comentários, permitindo que o espaço funcione como arena pública de confronto simbólico, onde se constroem versões concorrentes do fato e se reforçam estereótipos sociais.

Ficha de Avaliação - objeto 20	
Identificação do Material	**Respostas**
Perfil de Veiculação:	**JF Depressão**
Data de veiculação:	08 de março de 2025
A participação dos seguidores interfere na pauta, na narrativa ou na forma como o conteúdo é apresentado?	A participação dos seguidores interfere principalmente na narrativa, ainda que não altere a legenda original. O esclarecimento sobre o estado do motociclista, a atribuição de culpa ao motorista do carro e a contextualização do local como ponto crítico do trânsito emergem exclusivamente a partir dos comentários. Dessa forma, a informação se completa de maneira fragmentada e informal, dependendo da colaboração do público. O JF Depressão, mais uma vez, atua como um espaço de visibilidade para acontecimentos cotidianos e de circulação de discursos sociais sobre trânsito, trabalho e risco urbano, sem assumir responsabilidade editorial pela organização ou validação dessas informações.

A partir das análises realizadas, torna-se possível compreender o ecossistema comunicacional de Juiz de Fora como um espaço marcado pela coexistência e pela disputa entre diferentes atores informacionais, cujas práticas revelam lógicas distintas de produção, circulação e reconhecimento da informação. Os resultados evidenciam que visibilidade, engajamento e credibilidade são construídos de maneira desigual nas plataformas digitais, sendo atravessados por estratégias narrativas, escolhas visuais, dinâmicas afetivas e mediações algorítmicas. Nesse cenário, o jornalismo profissional e os perfis informativos não jornalísticos não apenas competem por atenção, mas operam segundo regimes comunicacionais distintos, o que impacta diretamente os modos de relação com o público, a construção de sentidos sobre a cidade e a própria compreensão do valor público da informação.

CAPÍTULO 6 – CONSIDERAÇÕES FINAIS

No ecossistema comunicacional analisado, os atores comunicacionais constituem um conjunto heterogêneo de sujeitos e instâncias responsáveis pela produção, mediação, circulação e apropriação dos conteúdos informativos. Esse conjunto compreende tanto os veículos jornalísticos tradicionais, como jornais, emissoras de televisão e portais digitais, quanto os jornalistas e equipes editoriais que atuam segundo rotinas profissionais, critérios de noticiabilidade e princípios éticos historicamente associados ao jornalismo. Ao lado desses atores, inserem-se perfis informativos independentes e páginas de entretenimento que, embora não se organizem conforme os parâmetros clássicos da prática jornalística, passam a exercer papel informativo relevante no ambiente digital contemporâneo. Também participam desse processo os cidadãos e usuários das redes sociais, que atuam ativamente por meio de comentários, compartilhamentos e registros audiovisuais, contribuindo para tensionar as fronteiras entre produção e recepção da informação. As plataformas digitais e seus algoritmos configuram-se, ainda, como atores estruturantes, na medida em que condicionam a visibilidade, a circulação e o alcance dos conteúdos, influenciando diretamente as disputas simbólicas em torno da credibilidade e do interesse público, conforme discute Coutinho (2024).

No livro As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política, Muniz Sodré (2019) propõe uma reflexão crítica sobre os modos contemporâneos de produção de sentidos na comunicação, deslocando o foco das abordagens estritamente racionais para a centralidade das dimensões sensíveis, afetivas e emocionais que atravessam os processos midiáticos. Para o autor, a comunicação não se limita à transmissão de informações ou à mediação discursiva, mas envolve formas de vinculação simbólica, nas quais o afeto opera como elemento estruturante das relações entre sujeitos, mídias e instituições. Nesse contexto, as chamadas “estratégias sensíveis” dizem respeito a práticas comunicacionais que mobilizam emoções, imagens e experiências compartilhadas como recurso para produzir adesão, reconhecimento e pertencimento. Sodré (2019) argumenta que, na sociedade midiatizada, os afetos tornam-se recursos centrais na disputa por visibilidade e legitimidade, especialmente em ambientes marcados pela circulação acelerada de conteúdos e pela lógica do espetáculo. A mídia, ao privilegiar narrativas de forte apelo emocional, atua na conformação de sensibilidades coletivas, influenciando percepções sobre acontecimentos, sujeitos e problemas públicos. Assim, a política e a comunicação passam a operar menos pela persuasão argumentativa e mais pela ativação de sentimentos, como medo, empatia, indignação ou identificação, o que

redefine os modos de participação e engajamento social. Ao destacar o papel do sensível na construção do vínculo comunicacional, ele contribui para a compreensão de fenômenos informativos contemporâneos que se estruturam a partir do impacto visual, da exposição do sofrimento e da proximidade afetiva com o cotidiano. Suas reflexões permitem problematizar práticas comunicacionais que, ao mobilizarem emoções de forma recorrente, produzem efeitos de reconhecimento e credibilidade parcialmente desvinculados de mediações institucionais ou de critérios tradicionais de validação, aspecto particularmente relevante para a análise de conteúdos circulantes nas redes sociais digitais.

No contexto comunicacional de Juiz de Fora, esses processos tornam-se particularmente evidentes. O cenário local é marcado pela coexistência entre veículos jornalísticos tradicionais, com redações consolidadas e reconhecimento histórico na cidade, e perfis informativos independentes que emergem nas redes sociais e disputam atenção, engajamento e legitimidade junto ao público. Jornalistas profissionais, produtores de conteúdo e administradores dessas páginas atuam lado a lado com cidadãos comuns, que passam a registrar acontecimentos, comentar notícias e redistribuir informações, sobretudo em situações de forte apelo emocional, como acidentes, incêndios e ocorrências policiais. Nesse ambiente, o Instagram assume papel central como mediador técnico e simbólico da circulação informativa, operando a partir de lógicas algorítmicas que privilegiam o engajamento, a rapidez e o impacto visual. A análise dos dados evidencia diferenças significativas nos níveis de visualização, curtidas e comentários entre os perfis analisados, indicando dinâmicas distintas de interatividade e engajamento com o público. Enquanto o perfil JF Depressão apresenta, de modo recorrente, índices mais elevados de visualizações e comentários, impulsionados pela circulação rápida de vídeos, pelo forte apelo visual e pela exposição direta de acontecimentos sensíveis, o Tribuna de Minas tende a registrar níveis de engajamento quantitativamente mais moderados, porém marcados por maior previsibilidade editorial e pela mediação jornalística. Isso se deve, em parte, ao fato de que o Tribuna de Minas, ao publicar seus conteúdos, já apresenta informações contextualizadas e esclarece a maior parte das questões que poderiam emergir do acontecimento, reduzindo ambiguidades, especulações e a necessidade de intervenções constantes do público. Essa diferença não pode ser interpretada apenas como um indicador de alcance ou relevância, mas como expressão de lógicas comunicacionais distintas: de um lado, a ativação imediata de afetos e a participação espontânea dos usuários; de outro, uma interatividade mediada por critérios profissionais, éticos e informativos, sustentada pela oferta de dados mais completos. Assim, os dados de

engajamento reforçam que visibilidade e credibilidade não operam de forma equivalente nas plataformas digitais, mas são construídas a partir de estratégias narrativas, visuais e relacionais específicas de cada ator comunicacional.

É nesse contexto que este trabalho se propôs a analisar os modos de construção da credibilidade e de relação com o público em perfis informativos no Instagram em Juiz de Fora, tomando como objeto empírico central a atuação do perfil JF Depressão, em contraponto às práticas do jornalismo profissional. Parte-se do entendimento de que o ambiente informacional contemporâneo é atravessado por intensos processos de midiatização, nos quais diferentes atores disputam visibilidade, autoridade simbólica e reconhecimento social nas plataformas digitais. A Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), conforme desenvolvida por Iluska Coutinho, mostrou-se fundamental para observar não apenas o conteúdo veiculado, mas também as formas expressivas, os modos de endereçamento, as escolhas narrativas, as performances discursivas e as dinâmicas de interação mobilizadas por cada perfil. Do ponto de vista metodológico, a pesquisa priorizou, sempre que possível, a análise de conteúdos equivalentes entre as páginas observadas, especialmente publicações relacionadas a acidentes, incêndios, ocorrências policiais e situações de risco ou sofrimento. Buscou-se trabalhar com posts de temática semelhante e veiculados em datas próximas, de modo a garantir maior equilíbrio comparativo e minimizar interferências decorrentes de contextos temporais distintos. Nos casos em que não foi possível identificar a publicação do mesmo acontecimento nas duas páginas, optou-se pela seleção de conteúdos análogos, pertencentes ao mesmo eixo temático e ao mesmo período, preservando a coerência do recorte analítico e permitindo a observação das diferenças narrativas, visuais e editoriais a partir de situações comparáveis. As análises evidenciaram que o JF Depressão não se configura como um meio jornalístico, uma vez que não adota procedimentos sistemáticos de apuração, verificação ou mediação editorial. Sua lógica de funcionamento baseia-se predominantemente na repostagem imediata de conteúdos enviados por seguidores, em geral sem checagem prévia das informações e com pouca ou nenhuma contextualização dos fatos. Ainda assim, o perfil alcança elevados índices de visualização, curtidas e comentários, o que aponta para a existência de outros critérios de validação informativa no ambiente digital, distintos daqueles tradicionalmente associados ao jornalismo profissional. Nesse sentido, mais do que propriamente credibilidade nos termos clássicos do jornalismo, a atuação do JF Depressão pode ser compreendida a partir de categorias como alcance e visibilidade, uma vez que ver e acompanhar um conteúdo não implica, necessariamente, acreditar nele. O reconhecimento do

perfil junto ao público se constrói menos pela autoridade institucional ou pela mediação técnica e mais pela recorrência temática, pela proximidade com o cotidiano urbano e pela identificação afetiva com a audiência, elementos que dialogam com o que Iluska Coutinho descreve como processos de personalização dos valores informativos no ambiente digital. A percepção de que o perfil “mostra tudo” e “fala do que acontece na cidade” opera como elemento central de reconhecimento e confiança, mesmo quando essa exposição ocorre sem filtros éticos, narrativos ou editoriais. Nesse contexto marcado pela circulação acelerada de conteúdos, pelo apelo emocional e pela atuação de perfis informativos não jornalísticos, o jornalismo profissional reafirma sua importância como instância de mediação social e de organização da experiência pública. Veículos como o Tribuna de Minas, historicamente consolidado em Juiz de Fora, desempenham papel fundamental ao adotar procedimentos sistemáticos de apuração, verificação e edição, bem como critérios éticos na seleção e no tratamento de imagens e narrativas sensíveis. Ao priorizar a contextualização dos acontecimentos, a diversidade de fontes e o interesse público, o jornalismo contribui para a construção de sentidos menos imediatistas e mais responsáveis, se contrapondo à lógica da espetacularização e da exposição não mediada do sofrimento. Dessa forma, o Tribuna de Minas não apenas informa, mas atua como agente estruturante do ecossistema comunicacional local, fortalecendo a credibilidade, a memória social e o direito à informação qualificada em um ambiente cada vez mais atravessado por disputas algorítmicas e afetivas

A análise da materialidade audiovisual dos posts revelou uma dramaturgia do cotidiano marcada pela centralidade da imagem e pelo impacto visual. Vídeos sem desfoque, imagens explícitas de acidentes, incêndios e situações de sofrimento humano ou animal compõem narrativas que privilegiam o choque e a emoção em detrimento da contextualização e da mediação informativa. Essas escolhas formais participam ativamente da organização dos sentidos e das leituras possíveis, intensificando o engajamento e reforçando uma lógica de circulação baseada na espetacularização do acontecimento, em oposição às estratégias narrativas e visuais observadas no Tribuna de Minas, que acionam procedimentos de mediação jornalística, como o desfoque de imagens, a contextualização informativa e a preservação da dignidade das vítimas. A relação com o público constitui outro eixo estruturante dessa atuação. Os seguidores não apenas interagem, mas interferem diretamente na pauta e na narrativa, ao enviar conteúdos que passam a ser publicados quase sem mediação. Os comentários analisados revelam um espaço de disputa simbólica no qual coexistem manifestações de solidariedade, julgamentos morais imediatos, especulações,

humor e polarização política. A ausência de mediação editorial favorece a circulação de discursos conflitantes e, em alguns casos, de informações imprecisas, evidenciando os limites e riscos desse modelo informativo.

Ao contrastar essa lógica com a atuação de veículos jornalísticos tradicionais, o estudo confirmou que Juiz de Fora não pode ser caracterizada como um deserto de notícias, mas como um ecossistema comunicacional híbrido, marcado pela coexistência entre jornalismo profissional, perfis informativos independentes e páginas de entretenimento que também operam como fontes de informação. A concorrência entre esses atores ocorre tanto no plano simbólico quanto no algorítmico, tensionando valores clássicos do jornalismo, como credibilidade, interesse público e responsabilidade ética, e exigindo novas estratégias de mediação e diálogo com o público. A expressiva diferença no número de seguidores entre os perfis analisados constitui, ainda, um dado relevante para a compreensão das dinâmicas informacionais locais. Enquanto o Tribuna de Minas reúne aproximadamente 190 mil seguidores no Instagram, o perfil JF Depressão ultrapassa a marca de 400 mil, o que evidencia o maior alcance potencial dos perfis informativos não jornalísticos e reforça o peso das lógicas de visibilidade, engajamento e circulação acelerada de conteúdos nas plataformas digitais. Conclui-se, portanto, que a atuação do JF Depressão evidencia transformações profundas nos modos de informar no ambiente digital. Mais do que relatar acontecimentos, o perfil disputa sentidos sobre a cidade, produzindo uma narrativa fragmentada, emocional e pouco mediada da vida urbana. Nesse contexto, mais do que credibilidade nos termos clássicos do jornalismo, talvez seja mais produtivo pensar em categorias como alcance e presença, associadas à capacidade de circulação, visibilidade e reconhecimento simbólico junto ao público. Diante desse cenário, o jornalismo é desafiado a reafirmar sua função social, não apenas como produtor de notícias, mas como prática mediadora capaz de contextualizar, interpretar e organizar a experiência pública.

Por fim, este trabalho contribui para o campo da Comunicação ao articular empiricamente a Análise da Materialidade Audiovisual com a observação de perfis não jornalísticos, demonstrando a importância de critérios comparativos rigorosos mesmo em ambientes informais de circulação de informações. Ao evidenciar os limites e riscos da circulação não mediada de conteúdos sensíveis, a pesquisa reforça a centralidade do jornalismo enquanto prática ética e socialmente responsável e aponta para a necessidade de aprofundar estudos sobre competência midiática, credibilidade e ética da visibilidade no contexto das redes sociais.

7. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Jean; BHERING, Gabriel; COUTINHO, Iluska. *Desertos de notícias na Zona da Mata Mineira: a popularização de canais de jornalismo amador diante da escassez de veículos jornalísticos*. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 27., 2024, Barbacena. Anais [...]. Barbacena: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2024. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/13/1982/041820241952036621a413d916a.pdf. Acesso em: 01 ago. 2025.

ALVES, E.; LIZARDO, C. *Publicação na internet de fotografias e vídeos de pessoas envolvidas em acidentes ou tragédias: considerações psicanalíticas.* 2022. integracion-academica.org

ALVES, Yago Modesto. *Jornalismo em mídias sociais de imagens instantâneas: as narrativas jornalísticas em formato de stories no Snapchat e Instagram*. 2018. 167 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) — Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2018.

ATLAS DA NOTÍCIA. 2025. Nova redução de desertos de notícias no Brasil é impulsionada pelo crescimento do segmento online. *Observatório da Imprensa*, 10 jul. 2025. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/reducao-dos-desertos-de-noticias-no-brasil-e-impulsionada-pelo-crescimento-do-segmento-online/. Acesso em: 4 ago. 2025.

ABRAJI. *Atlas da Notícia registra nova redução de desertos noticiosos no Brasil*. 2025. Disponível em: https://abraji.org.br/noticias/atlas-dha-noticia-registra-nova-reducao-de-desertos-noticiosos-no-brasil. Acesso em: 16 jul. 2025.

AZEREDO, Diana de. Alberto Dines e o papel da crítica jornalística na imprensa brasileira. Intercom, 2018.

BALDESSAR, Maria José; ANTUNES, Thomas Michel; ROSA, Gabriel Luís. Hipertextualidade, multimidialidade e interatividade: três características que distinguem o Jornalismo Online. Artigo apresentado no III Simpósio Nacional da Abciber, São Paulo – SP, agosto de 2009. Disponível em: < https://abciber.org.br/site/ >. Acesso: 18 mar. 2021.

BARBOSA, Gabriel Bhering; COUTINHO, Iluska. Infodemia: a pandemia que ainda não acabou. *Iniciacom*, Porto Alegre, v. 12, n. 3, 6 set. 2023. Disponível em: https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/4589. Acesso em: 21 jul. 2025.

BARBOSA, Marialva Carlos. *O presente e o passado como processo comunicacional*. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 63–79, jan./jun. 2012. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/1430/143023787007.pdf. Acesso em: 7 out. 2025.

BARBOSA, Marialva. História da comunicação no Brasil. Petrópolis: Vozes, 2012.

BRASIL. Arquivo Nacional. *Jornais e periódicos no século XIX*. Disponível em: https://www.gov.br/arquivonacional/pt-br/sites_eventos/sites-tematicos-1/brasil-oitocentista/temas-oitocentistas/jornais-e-periodicos-no-seculo-xix. Acesso em: 30 jun. 2025.

BARBOSA, T. M. C. *Marketing digital e acidentes de trânsito.* Revista Escola / DETRAN-RS, 2022.

CAPOBIANCO, Janaína Cristina Marques. O fazer jornalístico em transformação: a produção da notícia em mídias independentes digitais. 2019. 373 f. Tese (Comunicação Social) - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo. Disponível: https://repositorio.metodista.br/handle/123456789/435. Acesso em 06 dez. 2025

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007. (A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura; v. 1).

CASTELLS, Manuel; FERNÁNDEZ-ARDÈVOL, Mireia; LINCHUAN QIU, Jack; SEY, Araba. *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*. Cambridge: MIT Press, 2007.

CAVAGNOLLI, R.; MACHADO, E. *A influência da mídia na percepção de segurança pública: análise crítica e impactos sociais.* Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação — REASE, v. 10, n. 09, 2024. Periódico Rease

CANAVILHAS, João. "Webjornalismo: das pirâmides às camadas". *Revista de Comunicação e Linguagens*, n. 39, 2008.

CANAVILHAS, João; BAPTISTA, Ana Isabel. "A tétrade de McLuhan na pesquisa em comunicação: revisão sistemática de aplicações no Brasil e em Portugal". *Matrizes*, v. 14, n. 2, p. 159-182, 2020. Disponível em: https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/160112. Acesso em: 10 dez. 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério (Org.). *Credibilidade jornalística*. Florianópolis: Insular, 2024.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Valores, códigos de ética e novos regramentos para o jornalismo nas redes sociais. *Razón y Palabra*, n. 74, 2011. Disponível em: https://www.redalyc.org/pdf/971/97122694003.pdf. Acesso em: 30 jun. 2025.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; VIEIRA, Lívia de Souza. Métricas, ética e "cultura do clique" no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do não fo.de. Dispositiva, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 74–87, 2016. DOI: 10.5752/P.2237-9967.2015v4n1p74-87. Disponível em: https://periodicos.pucminas.br/dispositiva/article/view/11346. Acesso em: 21 out. 2025.

COUTINHO, Iluska. *Credibilidade como valor personalizado no jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2024. Disponível em: https://insular.com.br/produto/credibilidade-como-valor-personalizado-no-jornalismo/. Acesso em: 30 jun. 2025.

COUTINHO, Iluska. *O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: a análise da materialidade audiovisual como método possível*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO (INTERCOM), 39., 2016, São Paulo. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016.

COUTINHO, Iluska. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: COUTINHO, Iluska (org.). *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Florianópolis: Insular, 2018.

COFEN – Conselho Federal de Enfermagem. *Jornalismo profissional é aliado no combate à infodemia*. 2021. Disponível em: https://www.cofen.gov.br/jornalismo-profissional-e-aliado-no-combate-a-infodemia/. Acesso em: 30 jun. 2025.

COMCIME – Comunicação, Cidade e Memória; MUSSE, Christina Ferraz; DESSUPOIO, Ana Paula et al. *Projeto Memórias da Imprensa em Juiz de Fora*. Disponível em: https://memoriasdaimprensajf.wordpress.com/. Acesso em: 21 jul. 2025.

EMERIN, Cíntia; COUTINHO, Iluska; FINGER, Cristiane (orgs.). Epistemologias do telejornalismo brasileiro. Florianópolis: Insular, 2023.

EMERIM, Cárlida; PEREIRA, Ariane; COUTINHO, Iluska Maria da Silva. A (re)invenção do telejornalismo em tempos de pandemia. Florianópolis: Insular, 2020.

GOMES, Raí Gabriel de Castro; COUTINHO, Iluska. Informação no TikTok: a criação de um novo jornalismo e a reconfiguração da Novaslândia. In: INTERCOM – Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 46., 2023, Belo Horizonte. Anais [...]. São Paulo: Intercom, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/nacional/17/08162023235841 64dd8ce1801a9_250720_165115.pdf. Acesso em: 8 out. 2025.

GOMES, Raí Gabriel de Castro. *Jornalismo e a nova era da internet: perspectivas da informação na Web 3.0*. In: 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Intercom Sudeste, Barbacena, MG, 30 maio–01 jun. 2024. Anais […]. Barbacena, MG: Intercom, 2024. Disponível em:

https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/13/2006/041820242134176621bc096aa05.pdf. Acesso em: 12 jan. 2025.

FICO, Carlos. *Além do golpe: versões e controvérsias sobre 1964 e a ditadura militar*. Rio de Janeiro: Record, 2004.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *PNAD Contínua TIC 2023: acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal*. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/17270-pnad-continua.html?=&t=resultados. Acesso em: 30 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *PNAD Contínua TIC 2023: percentual de pessoas com 10 anos ou mais de idade que acessaram a Internet*. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41026-em-2023-87-2-das-pessoas-com-10-anos-ou-mais-utilizaram-internet. Acesso em: 30 jul. 2025.

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press, 2013.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: norte e sul*. São Paulo: Edusp, 2002.

LIMA, Valéria Pereira dos Santos de. *Sensacionalismo na internet: o limite ético da representação social da tragédia no blog "O Câmera"*. 2014. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social – Jornalismo) – Departamento de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, 2014. Disponível em: https://www.uern.br/controledepaginas/depto-comunicacao-social-producao-discente/arquivos/0301o_sensacionalismo_na_internet_o_limite_etico_da_representaa%E2%80%A1a%C6%92o_social_da_tragedia_no_blog_o_camera.pdf. Acesso em: 13 jan. 2026

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de (orgs.). *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Contexto, 2012.

MARTINS, Cézar Franco dos Santos. *Desertos de notícias na região da Zona da Mata Mineira: produção e carência de informação local*. 2022. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2022.

MENDES, Jairo Faria. O nascimento e a consolidação da imprensa informativa em Minas Gerais. *Revista Dito Efeito*, Curitiba, 2017. Disponível em: https://periodicos.utfpr.edu.br/de/article/view/5125. Acesso em: 21 jul. 2025.

MUSSE, Christina Ferraz. *Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora*. 2006. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

MUSSE, Christina Ferraz. A Imprensa e as representações da cidade: o noticiário de cultura nos anos setenta. *Lumina*, Juiz de Fora, v. 1, n. 1, 5 jun. 2007. Acesso em: 21 jul. 2025.

MONTEFUSCO, Carla; NASCIMENTO, José Andeson Bezerra do; VIEIRA, Vitória G. M. *A utilização das mídias sociais pelo jornalismo policial brasileiro: sensacionalismo e naturalização da violência.* 2023. EDIPUCRS+1

MORAES, Bruna Carvalho de. *Instagram: uma nova modalidade de jornalismo* [Tese (Trabalho de Conclusão de Curso) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Anápolis, 2023]. Repositório da Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Disponível em: https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/3676. Acesso em: 24 nov. 2025.

NÓBREGA, Dormevilly. *Imprensa, cultura e imaginário urbano: exercício de memória sobre os anos 60/70 em Juiz de Fora*. 2001.

OBINOMIO. *História do jornal impresso em Juiz de Fora*. 2016. Disponível em: https://obinomio.wixsite.com/historiadasmidias/single-post/2016/11/15/hist%C3%B3ria-do-jornal-impresso-em-juiz-de-fora. Acesso em: 21 jul. 2025.

RAMOS, Alberto. *História da imprensa: da prensa de Gutenberg ao jornalismo na internet*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

RECUERO, Raquel. "Deu no Twitter, alguém confirma?" Funções do jornalismo na era das redes sociais. In: Congresso da SBPJor, 2012. Anais [...]. Disponível em: http://www.raquelrecuero.com/arquivos/sbpjorrecuero.pdf. Acesso em: 30 jun. 2025.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2006. Disponível em: https://pt.scribd.com/document/376602293/Livro-Teoria-Do-Jornalismo-Felipe-Pena. Acesso: 03 dez. 2025.

PARISER, Eli. The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011

PEREIRA, Gustavo Teixeira de Faria. *Jornalismo e informação em telas*. Florianópolis: Insular, 2023. Disponível em: https://insular.com.br/produto/jornalismo-e-informacao-em-telas/. Acesso em: 30 jun. 2025.

Pereira, G. T. de F. (2024). Quinto poder em ação no Brasil: disputas por legitimidade e pelo lugar de informar. *Esferas*, *3*(31). https://doi.org/10.31501/esf.v3i31.15161 Disponível em: https://portalrevistas.ucb.br/index.php/esf/article/view/15161. Acesso em: 30 jun. 2025.

PEREIRA, Gustavo Teixeira de Faria. *Jornalismo e informação em telas: poderes, diálogo e disputa por legitimidade*. 2023. 186 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2023. Disponível em: https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/16171/1/gustavoteixeiradefariapereira.pdf. Acesso em: 30 jun. 2025.

PEREIRA, Gustavo Teixeira de Faria; LANDIM, Gabriel. Disputas de narrativas entre meios de comunicação de massa x plataformas digitais: quem tem poder — e credibilidade — quando o assunto é regulação? Revista Mídia e Cotidiano, v. 19, n. 2, 2023. Disponível em: https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/66745. Acesso em: 10 jan. 2026.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JUIZ DE FORA. *Arquivo Histórico armazena exemplar mais antigo do jornal "O Pharol"*. Portal de Notícias – Prefeitura Municipal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, 5 abr. 2005. Disponível em: https://www.pjf.mg.gov.br/noticias/view.php?modo=link2&idnoticia2=2546. Acesso em: 21 jul. 2025.

PROJOR; VOLT DATA LAB. *Atlas da Notícia 2025*. São Paulo: Projor, 2025. Disponível em: https://atlas.jor.br. Acesso em: 16 jul. 2025.

RABELO, Arthur Aguiar; COUTINHO, Iluska; PEREIRA, Gustavo. O papel da audiência na construção da credibilidade: relacionamento multiplataforma no jornalismo esportivo. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 27., 2024, Barbacena. *Anais*... Barbacena: Intercom, 2024. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/13/1860/041720242328586620856ae3f8d.pdf. Acesso em: 08 jan. 2026.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. "A rede é a mensagem: fluxos, interações e sentidos nas mídias sociais digitais". *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/submissao/regional/7/04122023173611643716 3b33252.pdf. Acesso em: 10 dez. 2025.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. *Digital News Report 2025*. Oxford: Reuters Institute, 2025. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025. Acesso em: 09 dez. 2025.

SANTAELLA, Lúcia. *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lúcia. "Da cultura das mídias à cibercultura: mutações do espaço comunicacional". *Famecos*, v. 14, n. 26, 2004. Disponível em: https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/3229. Acesso em: 10 dez. 2025.

SILVA, Carmelo Dutra da. Violência e mídia impressa: propaganda e sensacionalismo em um jornal carioca. *Revista Contemporânea*, Rio de Janeiro, v. 6, n. 3, 2008. Disponível em: https://www.e-publicacoes.uerj.br/contemporanea/article/view/17289. Acesso em: 05 de jan. de 2026.

SILVA, Luiz Guilherme Esteves; CANO, Márcio Rogério de Oliveira. Sensacionalismo e violência no discurso jornalístico: o caso do *Super Notícia*. *Revista Leitura*, Maceió, 2021. Disponível em: https://periodicos.ufal.br/revistaleitura/article/view/10719. Acesso em: 05 de jan. de 2026.

SILVA, Rodrigo Carvalho da. História do Jornalismo: evolução e transformação. *Temática*, João Pessoa, v. 6, n. 1, p. 129–144, 2012. Disponível em: https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/23677/12984. Acesso em: 4 ago. 2025.

SILVA, Gislene. "Para pensar critérios de noticiabilidade". In: SILVA, Gislene; SILVA, Marcos Paulo da; FERNANDES, Mario Luiz (orgs). Critérios de noticiabilidade: problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SODRÉ, Muniz; FERRARI, Maria Helena. *Técnicas de reportagem: notas sobre a narrativa jornalística*. Rio de Janeiro: Vozes, 1986.

SCHUDSON, Michael. As notícias como um género difuso: a transformação do jornalismo na contemporaneidade. Comunicação & Cultura, Lisboa n. 12, p. 139- 150, 2011. Disponível em: http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/08.-MichaelSchudson.pdf. Acesso em 22 de jul. 2025.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2005.

TOSTES, Ana Luiza; COUTINHO, Iluska. Credibilidade como valor personalizado: vínculos em rede. *Principia: Caminhos da Iniciação Científica*, v. 24, 2024. DOI: 10.34019/2179-3700.2024.v24.46265. Disponível em: https://periodicos.ufjf.br/index.php/principia/article/view/46265. Acesso em: 08 jan. 2026.

TOSTES, Ana Luiza; COUTINHO, Iluska. Credibilidade fora das telas: a inter(ação) do jornalista nas redes. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 46., 2023. *Anais*... São Paulo: Intercom, 2023. Disponível em: https://sistemas.intercom.org.br/pdf/link_aceite/nacional/11/08162023181046 64dd3b56c10d2.pdf. Acesso em: 08 jan. 2026.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). *Infodemic*. Disponível em: https://www.who.int/health-topics/infodemic#tab=tab_1. Acesso em: 13 jan. 2026.