



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO

APOIO



## PRODUÇÃO LABORATORIAL – ELETRÔNICOS E IMPRESSOS

## TELEJORNALISMO REGIONAL E NARRATIVA TRANSMÍDIA: UMA ANÁLISE DA CONVERGÊNCIA MIDIÁTICA NAS EMISSORAS DO TRIÂNGULO MINEIRO E ALTO PARANAÍBA

### Autores:

**Mirna Tonus**; Universidade Federal de Uberlândia (UFU); [mirnatonus@ufu.br](mailto:mirnatonus@ufu.br); (orientadora)

**Roberto Vicente da Silva Filho**; Universidade Federal de Uberlândia (UFU); [vicentefilhosr@gmail.com](mailto:vicentefilhosr@gmail.com).

**RESUMO:** Este trabalho investiga as transformações no telejornalismo regional frente à convergência midiática e à implementação de estratégias de narrativa transmídia. Com o objetivo de analisar como as emissoras TV Integração (Globo), TV Paranaíba (Record) e Band Triângulo utilizam as plataformas digitais em diálogo com o suporte televisivo. A metodologia tem uma abordagem mista, além de ser qualitativa e quantitativa, com um *corpus* composto por 24 edições de telejornais entre os anos de 2023 e 2024. Embora a interatividade via *WhatsApp* e redes sociais seja uma prática consolidada, a narrativa transmídia, onde o conteúdo se expande de forma orgânica e complementar, ainda reside em um estágio experimental. Conclui-se que o telejornalismo regional mineiro opera sob uma lógica de participação ativa, buscando na hibridização de formatos uma estratégia de sobrevivência e engajamento na era da mobilidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** telejornalismo. narrativa transmídia. interprograma. interatividade.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



## 1. INTRODUÇÃO

A década de 1990 foi marcada por inúmeras inovações, mas a chegada da internet às redações mudou a maneira como se fazia jornalismo. Foi a partir desse período que houve o desenvolvimento e a união de texto, imagem e som (Sousa, 2015), somados às transformações mercadológicas e técnicas da época. Kneipp (2019) resume esse período, afirmando que os jornais impressos se adaptaram à internet, deixando ao leitor mais uma versão do conteúdo disponível.

Essas alterações incluíram uma vertente na qual o profissional lida com base de dados, *software*, linguagens de programação, técnicas de visualizações e metadados semânticos. No caso do telejornalismo brasileiro, pode-se afirmar que ele vem experimentando e incluindo os novos modelos associados à difusão das plataformas digitais, visto que a relação emissor/receptor mudou. Atualmente, o receptor também pode ser um emissor e veicular o conteúdo (Bozzetto; Piccinin, 2019) e, com isso, alterar a lógica do mercado até então existente.

Dessa forma, a construção da informação passa a ser pensada a partir dos suportes que serão hospedados, visando complementar o que já foi divulgado pela emissora, permitindo ao telespectador uma liberdade para acessar o conteúdo da maneira que achar melhor. No entanto, é importante entender de que maneira as emissoras do interior do estado mineiro vêm lidando com os avanços das plataformas, visto que todas as maneiras de produzir jornalismo foram alteradas.

Além da contribuição para a ciência e a produção humana, a tecnologia oferece ao jornalismo novas propostas comunicacionais com formatos de influência significativos, alterando o modo como se consome e se compartilha conteúdo na era digital. Principalmente, ao observarmos as configurações da transmídia dentro do telejornalismo, visto que a ideia central é dividir o conteúdo de forma que seja único





25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO

APOIO



produção de telejornalismo e novas mídias no âmbito nacional, a proposta foi responder à seguinte questão: Como utilizar a narrativa transmídia na produção da informação telejornalística em diálogo com as mídias digitais?

Entre os objetivos estavam: apresentar um panorama do telejornalismo transmídia no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba; estimular a produção transmídia em empresas de comunicação; identificar quais são os pontos fortes dos suportes voltados para o jornalismo e como aplicá-los para cada público, e investigar a maneira como o jornalismo transmídia altera o cotidiano de uma redação.

O trabalho está relacionado à aplicação prática, em que se propõe a identificação de questões específicas, como, por exemplo, a forma de execução da narrativa transmídia no telejornalismo do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba e a experimentação dessa linguagem em uma produção televisiva. Com relação aos objetivos, eram descritivos, exploratórios e experimentais-aplicados, tendo sido necessário o acesso às várias informações do que se desejava pesquisar (Silveira; Córdova, 2009), além de envolver o levantamento bibliográfico e a análise de exemplos para haver uma compreensão melhor do que estava sendo observado.

Já a abordagem da pesquisa foi, por um lado, qualitativa, já que se opõe a um modelo único de análise e também busca explicar os motivos da adaptação do mercado jornalístico a uma possível nova forma de se estabelecer comunicação com o telespectador. Ademais, abarca questões reais e que não conseguem ser mensuradas, por isso, “[...] buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que contém ser feito, mas não quantificam os valores e trocas simbólicas [...]” (Silveira; Córdova, 2009, p. 33).

Da mesma forma, a investigação também se encaixa na descrição de pesquisa quantitativa, visto que a amostra analisada corresponde a 12 edições de 2023 e 2024 das emissoras TV Integração, TV Paranaíba e TV Band Triângulo (disponível nos quadros 1, 2 e 3), com sede em Uberlândia e cobertura no Triângulo Mineiro e Alto



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO

APOIO



Paranaíba. Por sua vez, a realidade observada foi descrita com base na análise de dados e com ajuda de instrumentos de padronização.

Quadro 1 - MGTV 1ª edição, TV Integração

| <b>Datas analisadas em 2023</b> | <b>Datas analisadas em 2024</b> |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 30 de janeiro                   | 31 de janeiro                   |
| 30 de abril                     | 30 de abril                     |
| 29 de julho                     | 30 de julho                     |
| 30 de novembro                  | 30 de novembro                  |

Fonte: Elaboração própria

Quadro 2 - Balanço Geral Manhã e Tarde, TV Paranaíba

| <b>Datas analisadas em 2023</b> | <b>Datas analisadas em 2024</b> |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 31 de janeiro                   | 31 de janeiro                   |
| 01 de maio                      | 30 de abril                     |
| 31 de julho                     | 30 de agosto                    |
| 30 de novembro                  | 30 de novembro                  |

Fonte: Elaboração própria

Quadro 3 - Minas Urgente, Band Triângulo

| <b>Datas analisadas em 2023</b> | <b>Datas analisadas em 2024</b> |
|---------------------------------|---------------------------------|
| 03 de fevereiro                 | 02 de fevereiro                 |
| 01 de maio                      | 01 de maio                      |
| 31 de julho                     | 31 de julho                     |



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PONENTE

APOIO



|                |                |
|----------------|----------------|
| 29 de novembro | 29 de novembro |
|----------------|----------------|

Fonte: Elaboração própria

Sendo assim, a metodologia utilizada foi mista, já que, para responder às questões, foram necessárias diferentes abordagens, tornando-se pluralista e não restringindo a escolha do pesquisador. Johnson e *Onwuegbuzie* (2004, p. 18, tradução nossa)<sup>1</sup> ressaltam que “compreender os pontos fortes e fracos da pesquisa quantitativa e qualitativa coloca o pesquisador em posição de misturar ou combinar estratégias”. Outro detalhe é que a validação dos dados quantitativos e qualitativos maximiza as conclusões, produzindo uma compreensão mais completa e abrangente do que se pesquisa.

O recorte temporal não apresenta um padrão de datas, pois, durante o levantamento de material, observou-se uma dificuldade de encontrar um dia em comum entre as emissoras e que o produto estivesse publicado na íntegra. Para isso, os telejornais precisavam estar disponíveis em alguma plataforma e o acesso deveria ser realizado sem solicitação.

No caso da TV Integração, afiliada à Rede Globo, ela foi a primeira emissora do interior de Minas Gerais, em 1964 (Vieira; Amaral; Morais, 2023). A cobertura chega às regiões do Triângulo Mineiro, Alto Paranaíba, Centro-Oeste e Noroeste de Minas, Zona da Mata e Campo das Vertentes. A afiliada da Globo tem outros produtos, como rádio (Cultura FM 95,1 e Mix FM 106,5) e também os sites G1, GE, Gshow, receitas e o canal de *streaming* Globoplay. Além disso, a emissora tem perfis no *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*. Já na programação, a emissora tem uma grade de telejornais que começam por volta das 7h30 com o Integração Notícias; a partir das 11h30 tem o MG 1ª edição e, no fim do dia, o MG 2ª edição, às 19h30.

<sup>1</sup> Do original: “Gaining an understanding of the strengths and weaknesses of quantitative and qualitative research puts a researcher in a position to mix or combine strategies”.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO

APOIO



A TV Paranaíba pertence ao Grupo Paranaíba de Comunicação, que, além da emissora, também é responsável pelas rádios Paranaíba FM e Educadora FM. Fundada em 1978, a partir de 2003, filiou-se à TV Record com um sinal para mais de 90 municípios da região do Triângulo Mineiro e do Alto Paranaíba. A emissora também tem perfis nas mídias sociais, entre elas o *Instagram*, *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*) e *YouTube*. Também tem um site de notícias e os trechos dos telejornais também são veiculados no canal do *YouTube*.

A Band Triângulo é a única emissora que não tem *site* voltado para o jornalismo, mas está presente nas mídias digitais como *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*, e tem uma cobertura no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba. Além disso, a programação conta com o Band Cidade 1ª - telejornal gravado, *Donos da Bola*, *Minas Urgente*, *Band Mulher*, *Agro Band* e *Band Cidade*.

## 2. A NARRATIVA TRANSMÍDIA E O TELEJORNALISMO BRASILEIRO

Atualmente, o acesso à internet no Brasil está presente em 84% dos domicílios, segundo a pesquisa TIC Domicílios 2023 do Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. O levantamento foi realizado em 23.975 residências, durante os meses de março a julho daquele ano, sendo entrevistadas pessoas com idade acima dos dez anos. Observa-se que, entre 2015 e 2023, houve uma ascensão das classes D/E, passando de 16% para 67%, na contramão da A, que ficou com 100% durante os anos de 2021 e 2022, mas decresceu 2% em 2023<sup>2</sup>.

Ainda a respeito dos dados divulgados pela pesquisa, quando se trata de acesso via *wi-fi*, existe um segmento no qual a rede era compartilhada entre casas, sendo esse cenário mais comum no Nordeste (24%), em áreas rurais (27%) e entre as classes

<sup>2</sup> Os critérios de classe social baseiam-se em CGI.br (2023), pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros (TIC Domicílios, 2023).



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PATROCÍNIO

APOIO



D/E (25%). Em relação ao acesso pelo celular ou computador, a realidade foi inversa, visto que 87% dos entrevistados que utilizam esses mecanismos são das classes D/E, além de 91% serem analfabetos ou terem apenas a educação infantil. Ademais, existem 29,4 milhões de pessoas que não utilizam a internet no Brasil, concentrando 10,5 milhões de pessoas no Nordeste e 10,2 milhões no Sudeste.

No campo do jornalismo, a chegada da internet não apenas ampliou as possibilidades de serviços, mas também modificou as redações e os profissionais. Com o surgimento desse novo mecanismo, o mercado incorporou de forma experimental o que poderia ser adaptado. Jenkins (2008, p. 30) reforça que “no mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplas plataformas de mídia”.

Pensando nessas possibilidades, a Globo lançou, em março de 2000, o Globo.com, primeiro portal online da emissora e com divulgação exclusiva na edição do telejornal Jornal Nacional. Diferentemente dos conteúdos da TV, o portal passava a oferecer ao internauta marcas pertencentes ao grupo (G1, O Globo, Valor, GE, Gshow, Cartola, Quem), mas também *sites* com informações sobre esporte, tecnologia e entretenimento.

Os mecanismos de hipermídia “nascem como ferramentas de armazenamento, produção e compartilhamento de informações multimídias, organizadas numa arquitetura não linear e multidimensional da rede” (Nunes; Amorim, p. 44, 2016). O caso do Globo.com exemplifica a fragmentação das diversas informações, seja com o uso de imagens, textos, reportagens, seja criando locais de distribuição (*sites*, *blogs*, portais) integrados às plataformas primárias de informação.

Assim como a internet ampliou o processo de convergência, o uso dos *smartphones* na rotina da sociedade também alterou os meios comunicacionais. Isso porque a popularização desses aparelhos gerou uma mobilidade a partir da conexão e, em consequência disso, aumentou as formas de produção para conteúdos digitais



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



pensados para cada suporte, criando no mercado uma corrida ainda mais acirrada pelo factural devido ao aumento do compartilhamento de informações nas mídias digitais.

É o caso do Jornal da Paraíba, da Rede Paraíba de Comunicação, afiliada à Rede Globo, em que o impresso migrou para o online em 2003, passando para versões disponíveis para download em celulares apenas em 2010 (Moura; *Bãdãrãu*, 2016). Já a TV Integração, em Uberlândia, de 1970 até 2010, recebia as demandas dos telespectadores por meio de cartas, ligações e até mesmo fax.

Uma nova forma de participação foi desenvolvida a partir do surgimento da internet e da junção com os celulares, visto que, em 2010, foi lançado o aplicativo para celular “Vc no MGTV”, que permitia ao público enviar fotos e vídeos com demandas para os telejornais. Em consequência disso, as mensagens selecionadas pela equipe de produção eram editadas e posteriormente veiculadas no jornal (Vieira; Amaral; Moraes, 2023).

As transformações na lógica de consumo, impulsionadas pela convergência midiática e pela fragmentação da audiência, exigiram da indústria e da publicidade uma reestruturação de seus mecanismos de medição e de fidelização. Trata-se de um reposicionamento estratégico, que busca atender às novas demandas de um público cada vez mais disperso, multiplataforma e autônomo em suas escolhas de conteúdo.

Canavilhas (2013) aponta quatro características do jornalismo transmídia, sendo a interatividade dividida em quatro subgrupos. A primeira forma é a chamada interatividade de transmissão, em que há apenas o consumo da informação, sem participação do receptor; a segunda é a interatividade conversacional, quando existe uma troca, mas, ainda assim, é limitada; no caso da interatividade de consulta, o receptor escolhe o que quer e quando consumir, na contramão da interatividade de registro, na qual o sujeito participa com comentários, relatos, vídeos ou outros formatos.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Já a hipertextualidade permite uma escrita de texto não linear e interativo, tendo o link como fio condutor da informação.

[...] o conceito de link antes referido enquadra-se na definição de hipertexto ligada ao campo da informática, mas na narrativa transmedia jornalística entendemo-lo numa perspectiva mais vasta que inclui toda e qualquer forma de ligar blocos informativos, dentro ou fora da *Web*. Embora consideremos que todas as narrativas transmedia devem obrigatoriamente ter pelo menos uma componente na *Web*, deve ser considerada a possibilidade de haver outras formas de hipertextualidade fora desse meio (Canavilhas, 2013, p. 8).

No caso da multimídia integrada, além de combinar os diferentes formatos, exige uma funcionalidade entre os elementos (texto, som, imagem). Visando auxiliar na compreensão do conteúdo, ela precisa ser utilizada de maneira clara e usar esses elementos para agregar ainda mais “humanidade” ao produto. Por último, a contextualização, visando ajudar no entendimento do assunto. Todavia, com a convergência ampliada pela internet, o consumidor consegue personalizar os conteúdos.

Dessa forma, o que se nota é que as evoluções no telejornalismo foram sendo guiadas pelos avanços tecnológicos e, assim, se tornando um produto de massa, ainda que durante os anos tenham surgido outras formas de produzir televisão, como no caso da AllTV (2001), primeira *web TV* com conteúdos 24 horas na internet. No entanto, a grade de programação era semelhante à da televisão tradicional, com a possibilidade de interatividade.

O consumo de informação de forma rápida e de fácil acesso proporcionou à televisão a possibilidade de sistemas híbridos de interação, nos quais as principais características estão relacionadas à produção de conteúdos para diferentes suportes e, em consequência disso, modificando e criando subprodutos. Ao mesmo tempo em que essa corrida para uma adaptação tecnológica acontecia, a televisão aberta já



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



sentia o impacto tanto da TV por assinatura quanto da internet. Médola e Redondo (2018) observam que:

Cientes de que as dificuldades aumentam em função principalmente dessa migração dos telespectadores de TV para os ambientes conectados em rede, as emissoras estão investindo em ações de fidelização de audiência mais sintonizadas com o movimento em curso da convergência dos suportes (Médola; Redondo, 2018, p. 315).

Essa ramificação de conteúdos afeta a televisão, pois o capital vem da comercialização da grade horária, mesmo problema já observado nas décadas anteriores. No entanto, o mercado começou a entender a migração de público e passou a oferecer produtos do meio televisivo, visando lucrar mais com a mediação. Dessa forma, passou-se a usar os *sites* como forma de ramificação, além de vídeos e fotos que extrapolam as fronteiras dos continentes.

Em suma, o telejornalismo brasileiro se desenvolveu à medida que a tecnologia foi ficando disponível no mercado. Ao mesmo tempo em que antigas formas de participação foram sendo aprimoradas e readequadas à realidade de cada local, como, por exemplo, as ligações dos telespectadores às redações passaram a ser via aplicativos de celulares. Já as equipes de jornalismo se adequaram à realidade da convergência e continuam em processo de aprendizagem.

### 3. ANÁLISE

Ao longo dos anos, a televisão incorporou elementos tecnológicos e ampliou a cobertura para além dos aparelhos. Ainda assim, observamos que os gêneros passaram por um processo de hibridização e os telejornais condensaram a informação e o entretenimento, ampliando as participações dos telespectadores via *WhatsApp* e *Instagram*. É nesse contexto que se encontra o *corpus* da pesquisa que



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



integra este trabalho. Após o processo de digitalização da TV, as possibilidades de interação/participação do telespectador aumentaram.

No entanto, o telejornalismo que trabalha com o factual ainda se encontra em processo de aprendizado quanto à convergência até alcançar um possível telejornalismo transmídia. Essa combinação de mecanismos tecnológicos foi incorporada aos telejornais e identificada durante o processo de coleta de dados. No caso das edições do MGTV 1ª edição da TV Integração, observa-se que, nos dias 30 de janeiro, 01 de maio e 27 de julho de 2023, foi usado apenas o *QRCode* do site G1. Normalmente, o ícone aparece na lateral inferior da tela, durante as edições ao vivo ou até mesmo nas reportagens.

Ainda assim, no programa do dia 30 de novembro de 2023, temos o uso desse mesmo mecanismo alinhado com a fala da apresentadora Vanessa Carlos, solicitando a participação dos telespectadores via *WhatsApp*. Esse recurso foi utilizado na sequência de um assunto considerado polêmico: a qualidade das rodovias do estado mineiro. Foi a partir desse gancho que a jornalista pediu para os telespectadores enviarem imagens mostrando a situação das estradas.

Nessa mesma edição, o *QRCode* foi usado como sinônimo de acesso ao conteúdo disponibilizado na *Globoplay*, plataforma em que ficam hospedados os conteúdos relacionados ao Grupo Globo. A TV Integração, nesta edição, consegue estimular e gerar um engajamento a ponto de o telespectador enviar imagens e elas serem usadas para exemplificar determinada situação. Já no caso da afetividade descrita por Cannito (2009), pode ser exemplificada tanto no sorteio realizado pela TV Paranaíba quanto no momento em que a participação do público faz parte do produto final do telejornal.

Outro exemplo de afetividade esteve presente no Minas Urgente na Band Triângulo, durante a edição do dia 3 de fevereiro de 2023. Nesse telejornal, o jornalista Ricardo Bagnete, além de reforçar os perfis da emissora nas mídias sociais



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

FOMENTO

APOIO



e o número do programa no *WhatsApp*, também estimula o telespectador a participar da edição por meio do “PIX premiado”. A escolha do ganhador foi mediante envio de mensagens no número do programa, sendo necessário informar o número de vezes em que apareceu determinada figura no ar.

No caso do Minas Urgente, todas as edições analisadas em 2023 apresentaram as mesmas características no que tange à interatividade. Tendo em vista que o apresentador, após a escalada, já menciona as mídias sociais dele e do programa. Além disso, o público pode participar do telejornal enviando mensagens e os assuntos que rendem se transformam em participação por meio do quadro “Você é o repórter”, por meio do qual o telespectador pode enviar uma situação/reclamação, seja buraco na rua, excesso de lixo, seja falta de segurança pública. A produção do programa cobra respostas dos responsáveis e, assim, a resposta é dada durante a exibição do telejornal.

Já a TV Paranaíba utiliza, para além das interações via *WhatsApp*, tendo em vista que, na edição de 31 de janeiro de 2023, o apresentador Júnior Oliveira convidou o público a responder a uma pergunta e enviar uma foto para o número que estava aparecendo na tela - o ganhador seria levado para o navio da Xuxa. Ou até mesmo quando ele lê as mensagens enviadas pelos telespectadores, durante o comentário de um determinado material.

Ainda nesse mesmo programa, o *QRCode* também foi utilizado para os telespectadores conseguirem ajudar o personagem de uma reportagem sobre um acidente de trabalho. Assim como aconteceu nas edições dos dias 1º de maio e 31 de julho de 2023, quando a jornalista Merie Gervásio, durante o Balanço Geral Manhã, além de ler as mensagens enviadas por *WhatsApp* reforçou o pedido para os telespectadores enviarem informações/fotos/vídeos sobre os assuntos abordados no telejornal.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PATROCÍNIO

APOIO



O telejornal associa as mídias digitais à rotina do telejornal e estimula a interação por meio de plataformas como *YouTube* e *Instagram*. Nas edições analisadas em 2023, a combinação de linguagens midiáticas foi encontrada em todas as edições do telejornal. O quiz da edição do dia 31 de janeiro de 2023, exibia, na tarja, os dizeres “Justiça autoriza acordo antenupcial a casal que determina multa de R\$ 180 mil em caso de infidelidade. Qual sua opinião?” e, na sequência, o apresentador reforçava que a resposta deveria ser dada no *Instagram*. As respostas foram divulgadas por meio de uma linha fina contínua e, nela, os responsáveis pela opinião tiveram os nomes exibidos.

Da mesma forma que a interatividade se modificou em conjunto com a convergência, as mídias digitais também foram incorporadas ao telejornal. No entanto, cada emissora tem um investimento e uma quantidade de equipes para conseguir dar estrutura para essas novas formas de transmissão. Sendo assim, os telespectadores usam essas tecnologias para conseguir denunciar determinada situação ou fazer com que algo ganhe visibilidade.

Na edição do dia 31 de janeiro de 2024, por exemplo, a apresentadora começa o MGTV 1ª edição com um ao vivo no qual a ideia surgiu a partir da mensagem de um telespectador. Com isso, ele conseguiu auxiliar no processo de produção da informação e ainda reforçou a ideia de que aquele canal de comunicação (número no *WhatsApp* e perfil no *Instagram*) serve de ponte entre o jornalismo e a população.

Ainda nessa mesma edição, o personagem, ou seja, a pessoa que enviou a denúncia, também participou da entrevista junto com o repórter e a apresentadora leu uma nota com a resposta da Prefeitura. Para além de uma participação no quadro “Você no MG1”, os jornalistas exploraram os elementos disponíveis e maximizaram o assunto. Da mesma forma, quando abordaram o tema dengue em Uberlândia com imagens enviadas por uma telespectadora e, com o auxílio da inserção de uma animação, mostraram um mosquito sendo morto e a frase “Todos contra a dengue”.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Já na edição do MGTV 1ª edição, do dia 30 de abril de 2024, nota-se que as imagens enviadas por um telespectador sobre um acidente na BR-050 foram usadas para cobrir um ao vivo, assim como a Band Triângulo também utiliza imagens enviadas pelos telespectadores para conseguir ilustrar o assunto. Como, por exemplo, na edição do dia 31 de julho de 2023, durante o ao vivo do repórter Everton Fernandes a respeito da morte de um paciente do Hospital de Clínicas da Universidade Federal de Uberlândia (HC-UFU), as imagens foram gravadas por telespectadores e enviadas à equipe da emissora.

Os telejornais da TV Paranaíba, ao longo das edições analisadas, mesclam a forma como esses mecanismos foram usados. No dia 31 de janeiro de 2024, a participação do público foi por meio do quadro “Câmera do Balanço”. Nesse caso, o tema abordado foram pessoas subindo no teto dos ônibus de Uberlândia e o jornalista Rafael dos Anjos complementou as informações com a resposta da empresa.

Nota-se que, para além das exibições diárias, os jornalistas também facilitam o acesso aos conteúdos, viabilizando a conexão em plataformas e contas já conhecidas do público, como no caso de *Globoplay* e *YouTube*. Esse mesmo processo já era experienciado pelo telejornalismo brasileiro no início do século XXI, quando a Rede Globo lançou o primeiro portal de notícias da emissora com conteúdos exclusivos e interações.

Sendo assim, observa-se que a propagação de assuntos é influenciada pela maneira como a emissora se adapta ao desenvolvimento tecnológico. Ademais, a partir das edições analisadas, nota-se que a expansão dos produtos acontece nos suportes cadastrados com o nome do telejornal, da emissora ou até mesmo do grupo ao qual é associada. Isso explica o fato de a Band Triângulo não utilizar todas as potencialidades das mídias digitais durante a exibição do Minas Urgente. No caso das edições analisadas, não foi possível identificar propagação nas mídias ou em *sites* relacionados ao grupo Band.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



Em contrapartida, a TV Paranaíba e a TV Integração, além da presença nas plataformas digitais, têm *sites* próprios e conseguiram planejar publicações para serem transmídias. Todavia, o que se nota é um processo de experimentação e com poucas referências regionais. No caso da TV Integração, o que se observa são reportagens publicadas no G1 em formato de texto ou publicação do VT sobre determinado assunto. A edição do dia 30 de janeiro de 2023 foi um exemplo disso, com apenas uma reportagem do telejornal disponível no *site* da emissora.

Nas edições de 2023 dessa mesma emissora, os assuntos abordados no MGTV 1ª edição estavam presentes no *site* G1. Apesar disso, elas não foram pensadas para serem distribuídas a partir de um único assunto, dado que, na edição do dia 30 de abril de 2023, a reportagem encontrada no *site* era do quadro “TV Bicho” e, no dia 30 de novembro de 2023, o assunto abordado no telejornal foi publicado no *site* dois dias antes de a reportagem ser veiculada no telejornal.

Da mesma forma que a TV Integração publica determinados assuntos no G1 Triângulo, na TV Paranaíba, a partir do momento em que cria um portal de notícias próprio, os jornalistas começaram a pensar em formas de propagar os assuntos em todos os suportes disponíveis. Na edição do dia 30 de agosto de 2024, o telejornal abordou o caso de uma babá que confessou ter agredido um bebê de um ano em Uberlândia. O Balanço Geral desse dia abordou o assunto com um VT contando os detalhes do caso e, no portal Paranaíba Mais, tem a reportagem “Cansada do choro: babá confessa que agrediu bebê por falta de paciência em Uberlândia”, publicada no mesmo dia em que o telejornal foi ao ar.

Somado a esse cenário de participação, a convergência de linguagens encontrou na implementação do *QRCode* um recurso híbrido e eficaz. Ao longo da análise, a ferramenta demonstrou versatilidade ao servir tanto para o direcionamento do fluxo de audiência aos portais de notícias (G1 e Paranaíba Mais) quanto para a



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PÓS-GRADUAÇÃO

APOIO



monetização das plataformas por meio de publicidade interativa e ações de *merchan* digital.

A pesquisa demonstrou que a publicidade das emissoras acompanhou esse movimento de convergência. As estratégias comerciais expandiram-se para os perfis digitais das redes, integrando-se quase que de forma orgânica ao conteúdo jornalístico. Nesse processo, a figura dos apresentadores assumiu um papel fundamental, atuando como elo de confiança que valida a relação entre a marca, o produto informativo e o telespectador, garantindo a viabilidade econômica do modelo de negócio no ecossistema digital.

Verifica-se que as publicidades também estão presentes no corpus da pesquisa, todavia, as inserções acontecem conforme o público de cada telejornal e os índices de audiência são importantes para apresentação de resultados. Ademais, assim como o telejornalismo passou por um processo de convergência, os *merchans* se tornaram mais interativos e apresentam *QRCode*, telefones e números de *WhatsApp*.

Portanto, o telejornalismo regional mineiro já opera sob uma lógica de participação ativa, mas ainda busca maturidade no que diz respeito à narrativa transmídia plena, em que a história se expande de forma orgânica e independente em cada suporte. Ademais, o processo de convergência alterou significativamente a maneira como as emissoras estão trabalhando as informações, dessa forma, a análise foi usada como base para a criação de um interprograma.

#### 4. CONCLUSÃO

O resgate histórico permitiu compreender que o telejornalismo brasileiro foi marcado pela improvisação e pela superação de barreiras, desde as praças públicas de Chateaubriand até a consolidação do “padrão Globo de qualidade”. Com base na teoria, a análise demonstrou que as emissoras do interior de Minas Gerais (TV Integração, TV Paranaíba e Band Triângulo) herdaram essa estrutura de grade fixa,



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



mas enfrentam o desafio de reter uma audiência que migra para o ambiente virtual. Por meio da metodologia adotada, foi possível criar uma forma de observar os telejornais e identificar quais características transmídias foram aplicadas na construção da notícia.

Durante a catalogação do *corpus*, observou-se o uso quase diário das mídias sociais: os apresentadores mencionavam e estimulavam os telespectadores a participarem das edições. Os comentários normalmente apareciam em tarjas que exibiam as opiniões, o nome e a foto de quem interagiu. Inclusive, o uso de imagens, vídeos e áudios enviados pelo público servia como elemento para compor as participações dos repórteres.

O uso estratégico do *WhatsApp* e das mídias sociais (*Instagram* e *YouTube*) transformou o antigo receptor passivo em um colaborador direto na construção da notícia, fato evidenciado por quadros como “VC no MG1” e “Você é o Repórter”. Embora a convergência seja uma realidade, a narrativa transmídia – em que o conteúdo se expande de forma independente e complementar em cada suporte – ainda se encontra em estágio experimental, visto que os conteúdos jornalísticos muitas vezes eram replicados sem apresentar elementos novos, servindo apenas para alimentar um determinado suporte.

Em contrapartida, as publicidades seguem presentes nos telejornais e intervalos, mas agora encontram espaço também nas mídias digitais. Apresentam formatos mais acessíveis, como o uso de *QRCode* para facilitar o acesso ao produto. Todavia, durante o recorte temporal (2023-2024), não houve a publicação de *merchans* de forma simultânea na TV e no digital.

Desse modo, cada uma das emissoras analisadas utilizou os suportes de formas distintas, visando prender a atenção da audiência. No caso do MGTV 1ª edição, da TV Integração, a interação aconteceu por meio de quadros ou quando a jornalista lia a participação. O portal G1 foi usado como expansão da notícia, porém



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026



sem novos elementos em comparação à TV. Já a TV Paranaíba, no período analisado, lançou seu *site* apenas no final do primeiro semestre de 2023; ainda assim, investiu nas mídias digitais para se aproximar do público. O diferencial da emissora estava nas participações via *YouTube*, *Facebook* e *Instagram*, exibidas no ar em tarjas ou *crawls*.

A Band Triângulo, das três emissoras, é a única que ainda não possui *site*, e a participação do público é mediada pelo apresentador. No Minas Urgente, o jornalista Ricardo Bagnete menciona as formas de participação, porém ele mesmo seleciona as mensagens, sem que haja um desdobramento maior além da reportagem.

Em suma, a convergência midiática tornou a busca pela audiência ainda mais acirrada. O telejornalismo no Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba não será substituído pela *internet*, mas está sendo potencializado por ela. A narrativa transmídia surge, portanto, não apenas como uma escolha estética, mas como uma forma de sobrevivência para a televisão na era da mobilidade.

## REFERÊNCIAS

BOZZETTO, Vagner; PICCININ, Fabiana. Espécies Bastardas: Hibridismo e Transmídia em “Eu Sou Amazônia”. In: IRIGARAY, Fernando; GOSCIOLA, Vicente; PIÑEIRO-OTERO, Teresa (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 213-234.

CANAVILHAS, João. Jornalismo transmídia: um desafio velho ao ecossistema midiático. In: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente. **Periodismo Transmedia: miradas múltiples**. Colombia: Editorial Universidad del Rosario Editors, 2013. p. 53-68.

CANNITO, Newton Guimarães. **A televisão na era digital: interatividade, convergência e novos modelos de negócio**. São Paulo: Summus, 2010.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Editora Aleph, 2008.



25º Encontro Nacional de Ensino de Jornalismo

# ENEJOR

O ENSINO DE JORNALISMO E A CRISE CLIMÁTICA

Brasília-DF

22,23 E 24 DE ABRIL

2026

PROMOÇÃO

REALIZAÇÃO

PATROCÍNIO

APOIO



JOHNSON, R. B.; ONWUEGBUZIE, A. J. Mixed methods research: a research paradigm whose time has come. **Educational Researcher**, v. 33, n. 7, p. 14-26, oct. 2004. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.3102/0013189X033007014>. Acesso em: 03/09/2024

KNEIPP, Valquíria Aparecida Passos. A Narrativa Transmídia no Telejornalismo Brasileiro – as Novas Possibilidades. *In*: IRIGARAY, Fernando; GOSCIOLA, Vicente; PIÑEIRO-OTERO, Teresa (orgs.). **Dimensões Transmídia**. Aveiro: Ria Editorial, 2019. p. 235-260.

MÉDOLA, Ana Silvia; REDONDO, Léo Vitor. A ficção televisiva no mercado digital. *In*: RIBEIRO, Ana Paula Goulart; SACRAMENTO, Igor; ROXO, Marco (orgs.). **História da televisão no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2018. p. 313-332.

MOURA, Sandra; BÃDÃRÃU, Maryellen. Dispositivos móveis: estudo de caso e as convergências da produção jornalística no jornal da Paraíba. *In*: NUNES, Pedro (org.). **Jornalismo em ambientes multiplataforma**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016. p. 247-259.

NUNES, Pedro; AMORIM, Juliana Gouveia de. Cenários da contemporaneidade: convergência jornalística em tempos dos sistemas hiperâmnia. *In*: NUNES, Pedro (org.). **Jornalismo em ambientes multiplataforma**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016. p. 32-49.

SILVEIRA, Denise Tolfo; CÓRDOVA, Fernanda Peixoto. Unidade 2 - A Pesquisa Científica. *In*: GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. p. 31-42.

SOUSA, Maíra. Reconfigurações do jornalismo: das páginas impressas para as telas de smartphones e tablets. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 12, n. 1, jan./jun. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2015v12n1p43/29573>. Acesso em: 09/09/2025

VIEIRA, Mônica de Fátima Rodrigues Nunes; AMARAL, Patrícia Aparecida; MORAIS, Osvando José de. Interação no telejornalismo brasileiro: sentidos e reflexos do enfrentamento tecnológico. **Novos Olhares**, São Paulo, Brasil, v. 12, n. 2, p. 102-115, 2023. Disponível em: <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/217696>. Acesso em: 02/02/2025